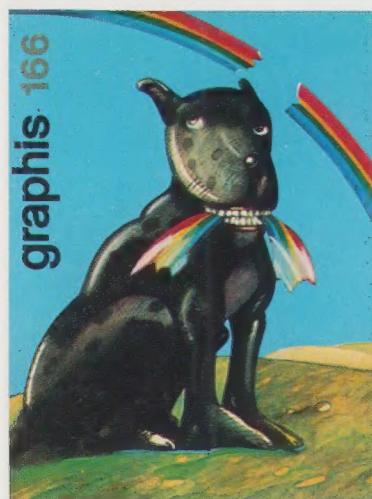




graphis 208

6+1



Heinz Edelmann, graphic designer/illustrator
Recent Czech Posters
Kurt Londenberg: Creativity in Paper
Graphic Designs to Suit the Occasion
Ralph Steadman, cartoonist and illustrator
José Guadalupe Posada, Mexican printmaker
Ex Libris, a dying art form?

Heinz Edelmann, Graphik-Designer/Illustrator
Neuere tschechische Plakate
Kurt Londenberg: Papier und Form
Graphik für besondere Gelegenheiten
Ralph Steadman, engl. Zeichner & Illustrator
José Guadalupe Posada, mexik. Holzschnitzer
Ex Libris, eine aussterbende Kunstform?



Japanese Packaging Design
Seymour Chwast, American designer/illustrator
2nd World Animated Film Festival, Zagreb 1974
W. Neufeld, German painter and graphic artist
Hans Hillmann: Picture stories
Beato di Liébana, an eight century codex
Roberto Lanterio, Italian illustrator

Japanische Packungsgestaltung
Seymour Chwast, amerik. Designer/Illustrator
2. Int. Trickfilm-Festival in Zagreb 1974
Wilhelm Neufeld, Maler und Graphiker
Hans Hillmann: Bildergeschichten
Beato di Liébana, ein Kodex aus dem 8. Jahrh.
Roberto Lanterio, italienischer Illustrator



West Coast Graphic Design
Eugène Mihaesco, satirical illustrator
Tomy Ungerer: *America*
Holger Matthies, German graphic designer
F. Zeier: Outline of a course of plastic art
Raoul Dufy: Famous Art Déco textile designs
Swiss Posters, 1974

Design an der Westküste Amerikas
Eugène Mihaesco, satirischer Illustrator
Tomy Ungerer: *Amerika*
Holger Matthies, deutscher Graphiker
Franz Zeier, Entwurf einer Gestaltungslehre
Raoul Dufy: Art-Déco-Stoffentwürfe
Schweizer Plakate 1974



Swedish Graphic Design and Illustration
Henry Wolf, American photographer
Robert Grossman, American cartoonist
Chicago '76, annual graphics exhibition
6th International Poster Biennale
in Warsaw 1976
New First-Aid Manual Illustrations

Schwedische Werbegraphik und Illustration
Henry Wolf, amerik. Photograph
Robert Grossman, amerik. Karikaturist
Chicago '76, jährliche Graphikausstellung
6. internationale Plakatbiennale
in Warschau 1976
Illustrationen in Erste-Hilfe-Handbuch



Cover Artist: Roland Topor, Paris
ARCHIGRAPHIA, A Preview of the Book
German Art Directors Club 1976/77
9th Kodak Colour Calendar Contest '78
Allan Fleming, Canadian Designer
Spektrum, Magazine of Printmaking + Poetry
Roland Topor: Illustrations for Marcel Aymé

Umschlag von Roland Topor, Paris
ARCHIGRAPHIA, eine Vorschau zum Buch
Art Directors Club Deutschland 1976/77
9. Kodak-Farbphoto-Kalender-Wettbewerb '78
Allan Fleming, kanadischer Designer
Spektrum, Zeitschrift für Originalgraphik
Roland Topor: Illustrationen zu Marcel Aymé



Cover Artist: Seymour Chwast, New York
57th Annual Exhibition of the
Art Directors Club, New York
Design and Art Direction '78, London
Marcel Imsand, Swiss photographer
Push Pin Graphic, American Studio Magazine
Fernando Puig Rosado, Illustrator

Umschlag von Seymour Chwast, New York
57. Jahresausstellung des
Art Directors Club, New York
Design und Art Direction '78, London
Marcel Imsand, Schweizer Photograph
Push Pin Graphic, Studio Zeitschrift, USA
Fernando Puig Rosado, Illustrator



Gérard Miedinger, Swiss graphic designer
Federico Fellini: Film Scenes and Drawings
Missio: Art Education in Africa
Siyah Qalem, 15th century illustrations
Hans-Georg Rauch: etchings
Artists' and Designers' Self-Promotion
Gentilini's Tarot Cards

Gérard Miedinger, schweiz. Graphik-Designer
Federico Fellini: Filmbilder und Zeichnungen
Missio: Kunsterziehung in Afrika
Siyah Qalem, Illustrationen des 15. Jahrh.
Hans-Georg Rauch: Radierungen
Künstler und Designer werben für sich selbst
Ein Tarockspiel von Gentilini

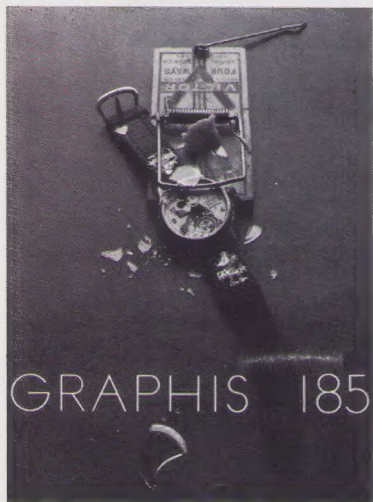


Cover Artist: Robert Giusti, New York
New York Magazine, the first seven years, USA
Robert Giusti, illustrator, New York
Olaf Leu Design + Partner
Metropolitan Opera NY, Prints and Posters
Primo Angeli, graphic designer, San Francisco
Lanny Sommese, graphic designer, USA

Umschlag von Robert Giusti, New York
New York Magazine, unabhängiges Magazin, USA
Robert Giusti, Illustrator, New York
Olaf Leu Design + Partner
Metropolitan Opera NY, Kunstprogramm
Primo Angeli, Graphik-Designer, USA
Lanny Sommese, Graphik-Designer, USA

A splendid opportunity to become a GRAPHIS subscriber

If you take out a year's subscription to GRAPHIS, we will make you a gift of any one of the issues shown here—at your own choice—as long as our stock lasts. Take advantage of this offer now, fill in the order form below and you will receive the next six issues of GRAPHIS plus one extra number of your choice for the annual subscription fee of SFr. 118.— / \$ 59.00 / £ 29.—.



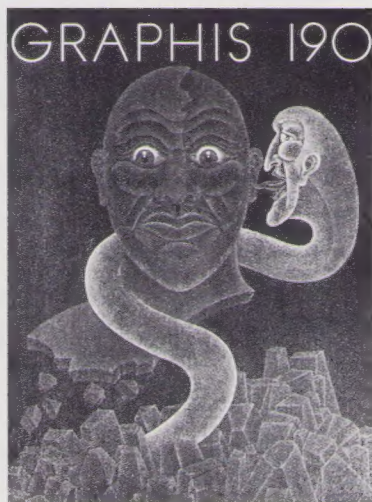
The One Show, 55th Annual Exhibition of the Art Directors Club, New York
Jerome Snyder, American artist and writer
Phil Marco, American photographer
The Image of Montreal's '76 Olympic Games
Arnold Saks, American graphic designer
Contemporary Soviet Theatre Posters

The One Show, 55. Jahresausstellung des Art Directors Club, New York
Jerome Snyder, Künstler/Schriftsteller, USA
Phil Marco, amerikanischer Fotograf
Erscheinungsbild der Olympischen Spiele '76
Arnold Saks, Graphik-Designer, New York
Neuere sowjetische Theaterplakate



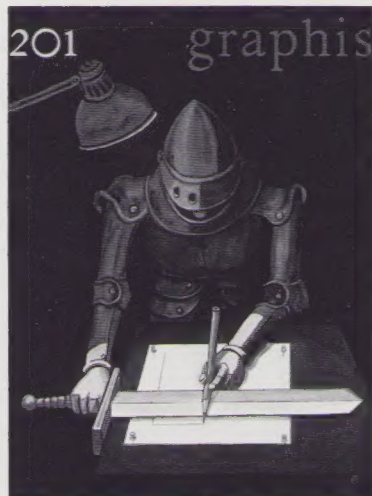
Cover Artist: Richard Hess, Roxbury
Advertising for American Department Stores
Illustration in Japan '76
Design and Art Direction '77, London
Graphic Design for Public Service
Louis Danzinger, American graphic designer
Fairground and Circus Posters

Umschlag von Richard Hess, Roxbury
Zeitungsanzeigen für Warenhäuser in USA
Illustration in Japan '76
Design and Art Direction '77, London
«Graphiker gestalten die Öffentlichkeit»
Louis Danzinger, Graphik-Designer, New York
Artisten- und Zirkusplakate



Cover Artist: Barrie Tucker, Adelaide
Advertising and Editorial Art in Australia
Willy Fleckhaus, book covers
New Cuban Posters
Dan Reisinger, graphic designer from Israel
Geigy Design USA, the graphic program
Geoffrey Moss, symbolic illustrations

Umschlag von Barrie Tucker, Adelaide
Werbegraphik und Illustrationen in Australien
Willy Fleckhaus, Buchumschläge
Neue kubanische Plakate
Dan Reisinger, Graphik-Designer aus Israel
Geigy Design USA, das graphische Programm
Geoffrey Moss, symbolische Illustrationen



Cover Artist: Tomi Ungerer, Ireland
Abracadabra, Tomi Ungerer + Robert Pütz
Cuore, Flavio Costantini
Illustration in Japan 1978
Advertising Agency Praxis Propaganda, Brazil
Giulio Cittato, graphic designer, Venice
10th Kodak Colour Calendar Contest 1979

Umschlag von Tomi Ungerer, Irland
Abracadabra, Tomi Ungerer + Robert Pütz
Cuore, Flavio Costantini
Illustration in Japan 1978
Werbeagentur Praxis Propaganda, São Paulo
Giulio Cittato, Graphik-Designer, Venedig
Kodak-Farbphoto-Kalender-Wettbewerb '79

Eine verlockende Gelegenheit, GRAPHIS-Abonnent zu werden

GRAPHIS schenkt Ihnen solange Vorrat beim Abschluss eines Jahresabonnementes ein Heft, das Sie sich aus den hier abgebildeten Nummern selber aussuchen können. Profitieren Sie von diesem Angebot. Bestellen Sie jetzt mit dem untenstehenden Bestellschein und Sie erhalten zum Abonnementspreis von SFr./DM 118.— sechs GRAPHIS-Hefte und eine Nummer frei nach Ihrer Wahl.

Order Form

I wish to take advantage of your special offer and to subscribe to GRAPHIS magazine for one year at SFr. 118.— (please draw cheques in SFr. on a Swiss Bank) / in USA: \$ 59.— / in Great Britain + Ireland: £ 29.—.

(For Asian, African, Latin American and socialist countries, please add SFr. 7.20 for registered post.)

Please send me GRAPHIS No. _____ as my free gift, or if out of stock No. _____

- ☐ Cheque enclosed ☐ Please send invoice.
☐ Amount paid into your account at the Swiss Bank Corp., Zurich, New York, London.

Name _____
Profession _____
Address _____

Date/Signature _____

Please send to:

GRAPHIS PRESS CORP., 107 Dufourstrasse, CH - 8008 Zurich, Switzerland.

Bestellschein

Ich möchte von Ihrem Sonderangebot profitieren und abonniere GRAPHIS für ein Jahr zum Preis von SFr. 118.— (Schecks in SFr. bitte auf eine Schweizer Bank ziehen)/in Deutschland: DM 118.—/in der Schweiz: SFr. 114.—.

(Asien, Afrika, Lateinamerika und sozialistische Staaten: Einschreibgebühr-Zuschlag + SFr. 7.20.)

Als Geschenkheft wünsche ich mir GRAPHIS Nr. _____, wenn vergriffen Nr. _____

- ☐ Scheck beiliegend
☐ Betrag auf Konto Schweiz. Bankgesellschaft, Zürich, überwiesen. ☐ Bitte um Rechnung.
☐ Betrag auf PC Zürich 80 - 23071 / Frankfurt/M. 300057-602 bezahlt.

Name _____
Beruf _____
Adresse _____

Datum/Unterschrift _____

Bitte senden an:

GRAPHIS VERLAG AG, Dufourstrasse 107, CH - 8008 Zürich, Schweiz.

Should you be interested in single issues of GRAPHIS, please ask for our list of available back numbers.

Sollten Sie an GRAPHIS-Einzelheften interessiert sein, verlangen Sie bitte unsere Liste der noch erhältlichen Nummern.

graphis

Triennale '80



Die besten Plakate der Jahre 1977 bis 1980

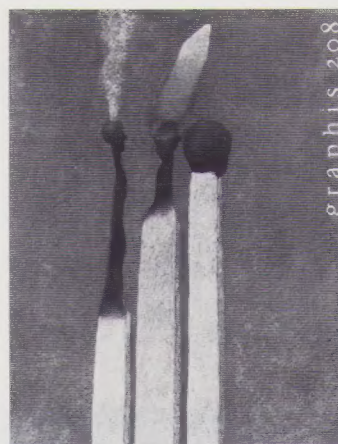
Einladung zum Wettbewerb

Triennale '80 heißt der dritte bundesweite Wettbewerb, zu dem Graphiker, Auftraggeber und Drucker vom Deutschen Plakat Museum aufgefordert sind. Er gilt für Plakate jeder Art und Größe, die zwischen dem 1. Juli 1977 und dem 30. Juni 1980 in der Bundesrepublik Deutschland und West-Berlin veröffentlicht wurden.

Zu den drei Sachgruppen: Wirtschaftswerbung, politische, religiöse und humanitäre Werbung, Werbung für kulturelle und sportliche Veranstaltungen werden jeweils drei Toulouse-Lautrec-Medaillen in Gold, Silber und Bronze verliehen. Die unabhängige Jury tagt am 20. Oktober 1980. In erweitertem Umfang werden eingesandte, vorbildliche Plakate zur Ausstellung gelangen.

Annahmestelle für alle Einsendungen ist das Deutsche Plakat Museum, Rathenaustraße 2, D-4300 Essen 1, Telefon (02 01) 181-4114. Hier können Informationen und Unterlagen abgerufen werden. Die Einsendefrist läuft bis zum 30. September 1980 (Datum des Poststempels).

Einsendeschluß 30. 9. '80



GRAPHIS: COVER/UMSCHLAG/COUVERTURE

■ The cover of this issue is one of eight illustrations by ÉTIENNE DELESSERT for a book of poems by Jacques Prévert entitled *Paroles* and published by Editions Rombaldi. Delessert's work, specimens of which are reproduced in the feature beginning on page 104 of this issue, in a way falls into two categories, for behind the beautifully smooth-textured scenes that delight children with their somehow larger-than-life magic there is a hinterland of more private work that is gloomier, more scathing, occasionally lethal. Between the two extremes Prévert's poetry is perhaps the ideal half-way house. And a poem about match-flames must obviously appeal to an artist who has painted a whole cycle of things on fire. This is how the poem *Paris at Night* reads:

Three matches lighted one by one in the night
The first to see your face complete
The second to see your eyes
The last to see your mouth
And complete darkness to recall it all
When I take you in my arms.

■ Für den Umschlag der vorliegenden Nummer haben wir eine der acht Illustrationen ausgewählt, die ÉTIENNE DELESSERT dem bei Rombaldi, Paris, herausgegebenen Band mit Gedichten von Jacques Prévert, *Paroles*, beisteuerte. Delesserts Arbeit, aus der wir im Artikel auf Seite 104 eine Anzahl Beispiele zeigen, lässt sich in zwei Kategorien einteilen: den lieblich zarten Szenen, welche die Kinder entzücken, steht eine andere, verborgene Welt gegenüber, die eher düster, ironisch und zuweilen vernichtend ist. Zwischen den beiden Extremen bildet vermutlich Préverts Poesie ein ideales Mittelreich. Die drei Streichhölzer entsprechen offensichtlich dem Temperament eines Künstlers, der einen ganzen Bilderzyklus zum Thema Flammen gemalt hat. Nachfolgend das Gedicht *Paris at Night*, das unsere Umschlagillustration inspiriert hat:

Drei Streichhölzer, eines nach dem anderen in der Nacht gezündet
Das erste, um dein ganzes Gesicht zu sehen
Das zweite, um deine Augen zu sehen
Das letzte, um deinen Mund zu sehen
Und völlige Dunkelheit, um mich an alles zu erinnern
Wenn ich dich in die Arme schliesse.

■ Nous avons choisi pour la couverture du présent numéro l'une des huit illustrations d'ÉTIENNE DELESSERT pour le recueil de poèmes de Jacques Prévert intitulé *Paroles* et publié aux Editions Rombaldi, Paris. L'œuvre de Delessert, dont on trouvera des exemples représentatifs dès la page 104 de ce numéro, est un diptyque dont le volet magique à l'usage des enfants est le mieux connu du public, avec ses superbes scènes aux doux coloris qui ravissent les petits. L'autre volet, plus secret, est aussi plus ténébreux, plus âpre, parfois meurtrier. La poésie de Prévert semble faire la part des deux orientations de Delessert. Les trois allumettes conviennent bien au tempérament de l'artiste qui a consacré un cycle entier de peintures aux choses embrasées. On aura reconnu *Paris at Night*, dont voici le texte complet:

Trois allumettes une à une allumées dans la nuit
La première pour voir ton visage tout entier
La seconde pour voir tes yeux
La dernière pour voir ta bouche
Et l'obscurité tout entière pour me rappeler tout cela
En te serrant dans mes bras.

Mergenthaler Linotype Stempel Haas

The "mechanical perfection" was a large, noisy, unwieldy, vituperative, greasy, dross-laden Linotype machine capable of magnificent synergy between the operator's sweaty purpose and the typeface designer's graceful art.

In constant, it seems, need of oil for hundreds of complaining parts which voraciously consumed thousands of millions of matrices and regularly type-set the Linotype news:

the first run of
the Twentieth Century Limited
refrigerator advertisements
"Gone With the Wind"
1st Boston Marathon results
inaugural addresses of 14 presidents
Edsel ad campaigns
Sputnik tremors
MacArthur's return
Hiroshima's pain
"The Eagle has Landed" mankind on
the moon

Ottmar Mergenthaler's "Line-o-type" machine set the world's standard of typographic excellence.

Although this editorial was written in 1918 the "constructive thought, the painstaking attention" which "the Company" continues to devote to the development of typography is as synonymous today as it was when 'The Linotype Bulletin' published that thought 62 years ago.

THE LINOTYPE BULLETIN

DEVOTED TO
THE LINOTYPE
AND ITS USE PUBLISHED BY
THE MERGENTHALER
LINOTYPE COMPANY

THE high standard of mechanical perfection achieved and the great economies effected by composing machines developed by the Mergenthaler Linotype Company are thoroughly recognized and established in the minds of master printers. We want to drive home with equal force also the constructive thought, the painstaking attention, and the large expenditure of time and money which the Company is now devoting to the development of Linotype Typography in the departments of typographic design and punch-cutting.

Form

get your own sample of

name _____
company/title _____
address _____
city/state _____

CUT OUT AND SEND TO:

Mergenthaler
Linotype Company
Typographic Marketing
201 Old Country Road
Melville, New York 11747
the Linotype news!

zip _____

For more information,
call toll free 800-645-5764,
in New York toll free
800-832-5288, and talk
to our Typographic
Sales Reps.

100

den er braucht und nicht den Platz, der zufällig in das System paßt. Schließlich haben sich die Schreiber des Mittelalters, die unsere Schrift entwickelt haben, auch nicht an vorgegebene Maße halten müssen. Und was die Schönheit der geschriebenen Seite betrifft, können wir von denen noch einiges lernen.

Darf's ein wenig mehr sein?

Sollte Ihnen die von uns vorgeschlagene Laufweite dennoch nicht passen, bitteschön, wir sind nicht nachtragend. Abgesehen davon, daß die Schrift automatisch offener läuft, je kleiner der Schriftgrad wird, können Sie die Laufweite um eine oder etliche Einheiten verändern, je nach Schrift, Zeilenabstand, Zeilenlänge oder einfach Geschmack.

Im vorigen Absatz ist die erste Zeile +2 gesetzt, die zweite +1, die dritte 0, die vierte -1, die fünfte -2 und die sechste -3. In der siebenten Zeile sind wir wieder bei der normalen Laufweite dieser Anzeige, 0.

Da, wo unschöne Buchstabenkombinationen Lücken reißen, wird unterschritten – mit dem neuen Ästhetikprogramm sogar automatisch und wiederholbar.

In Teneriffa wurde ein Totem gefunden – den Trojanern zugeschrieben, doch aus Tyrinns stammend. Von den Vandalen mit einer Vulva verziert. Von den Venezianern der heiligen Vroni gewidmet, von den Engländern das "Vying Monster" genannt. Wabern vor Wut machte Wedekind am Wotanstag das Götzenbild zum Wrack. In Wyoming, im Yamaica-Institut, am Yuletag, wurde das restaurierte Idol, zusammen mit Yggdrasil, dem mythologischen Weltenbaum, einer staun-

In Teneriffa wurde ein Totem gefunden – den Trojanern zugeschrieben, doch aus Tyrinns stammend. Von den Vandalen mit einer Vulva verziert. Von den Venezianern der heiligen Vroni gewidmet, von den Engländern das "Vying Monster" genannt. Wabern vor Wut machte Wedekind am Wotanstag das Götzenbild zum Wrack. In Wyoming, im Yamaica-Institut, am Yuletag, wurde das restaurierte Idol, zusammen mit Yggdrasil, dem mythologischen Weltenbaum, einer staun-

Mit dem neuen Ästhetikprogramm werden parakritische Zeichenkombinationen automatisch ausgeglichen.

Wo Licht ist, sind auch Linien.

Noch eine Fähigkeit unserer wunderbaren Maschinen sollten wir nicht vergessen, ins rechte Licht zu rücken: Linien ziehen Diatronic und APU 3608 mit einem Lichtpunkt, waage- wie senkrecht.

Sie brauchen der Maschine nur mitzuteilen, wo Sie's denn gerne hätten – soundsoviel von links, soundsoviel von oben – die Linie fängt an und hört auf, wo Sie wollen. Und die feinste Linie ist 0,075 mm fein – so fein können Sie nicht zeichnen.

Außerdem kann der Lichtpunkt nicht eintrocknen und nicht wackeln, weder am Montagmorgen noch am Freitagabend.

Höhe, Punkt.

Auf den hundertstel Millimeter genau können Sie auch die Schriftgröße wählen, gemessen an der Versalhöhe. Dieses für den Fall, daß Sie die Schriftgröße einer bereits auf einem anderen System gesetzten Arbeit anpassen müssen.

Nur müssen Sie dann in Kauf nehmen, daß die auf unserer Maschine gesetzte Ergänzung doch ins Auge sticht.

Sie sieht nämlich besser aus.

Die Versalhöhe als Bezugsgröße ist meßbar, im Gegensatz zum typografischen Punkt, der im körperlosen Fotosatz nicht definierbar ist. Sie können aus alter Gewohnheit die Schriftgröße gerne weiter in Punkt angeben, mit dem Vorteil, daß alle Berthold-Schriften einer Punktgröße die gleiche Versalhöhe haben.

Den Zeilenabstand messen wir von Schriftlinie zu Schriftlinie. Wir sagen Ihnen nur den Abstand, bei dem sich Unter- und Oberlänge gerade nicht berühren, Sie können es enger oder weiter haben – aber bitte, nicht in kleineren Schritten als 0,0625 mm – immerhin entspricht das einem Fünftelpunkt, sowas Feines gab's früher überhaupt nicht.

Bescheidenheit ist eine Zier,

doch weiter kommt man ohne ihr. Deshalb fassen wir noch einmal kurz zusammen:

wir zeichnen die schärfsten Buchstaben, haben die feinsten Einheiten, zahlen brav alle Lizenzgebühren für andere Leute Schriften, liefern das ganze ITC-Programm, unsere Linien wackeln nicht, unsere Schriftgrößen sind meßbar und unsere Maschinen sind zu lächerlich präzisen Dingen fähig.

Haben wir nicht mehr zu bieten als solche mechanischen Kunststückchen?

Aber ja doch.

Ein paar Trümpfe haben wir natürlich noch im Ärmel. Alle können wir nicht ausspielen, dafür ist der Platz zu teuer.

Erwähnen sollten wir aber, daß wir bisher 20.000 Setzer in vielen Ländern an unseren Geräten ausgebildet haben, damit auch jemand rausholen kann, was in ihnen steckt.

Erwähnt werden muß auch, daß wir jeden Monat 3000 Schriftträger ausliefern. Und daß unser Programm inzwischen mehr als 1300 Headline- und über 700 Textschriften umfaßt.

Womit wir geschickt wieder auf das Thema Schrift zurückgekommen wären.

Wir wollten nämlich unbedingt noch unterbringen, daß es eine ganze Menge exklusiver Berthold-Schriften gibt, so viele, daß wir sie hier gar nicht aufzählen können.

Vor lauter ITC hatten wir das beinahe selbst vergessen.

Immerhin entstand bei uns die Mutter

der Groteskschriften, die Akzidenz-Grotesk.

Seitdem, das war 1898, haben wir uns nicht auf unseren Lorbeeren ausgeruht. Die Akzidenz-Grotesk Buch z. B. ist die zeitgemäße Weiterentwicklung dieser Schrift.

Mit Concorde über den Kanal.

Weil die ehrwürdige Times den Anforderungen der Zeit nicht mehr gerecht wurde, gleichzeitig aber ein Bedarf an klaren, lesbaren Serifenschriften bestand, entwarf G. G. Lange, künstlerischer Leiter der Berthold AG, 1968 die Concorde.

Inzwischen ist diese Schrift jenseits des Kanals eine der meistbenutzten Schriften im Akzidenz- und Werbesatz.

In Deutschland dagegen wird gerade in der Werbung hartnäckig weiter die Times verwendet. An Lesbarkeit oder Schönheit kann das nicht liegen, es muß schon etwas mit dem Prophet im eigenen Land zu tun haben.

Kontrastprogramm.

Comenius, Franklin Antiqua, Poppl Pontifex, Seneca. Nie gehört?

American Typewriter, Korinna, Souvenir, Alte Hüte?

Wir glauben nicht, daß unsere eigenen Schriften schlechter sind als die von irgendeinem anderen Hersteller.

Wir haben nur die Trommel nicht laut genug gerührt.

Damit Sie selbst herausfinden können, was Ihnen entgangen ist, haben wir uns zu einer verschwenderisch großzügigen Geste entschlossen. Wir verschenken Blätter zum Ansehen, Ausschneiden, Skizzieren, Tapezieren, etc.

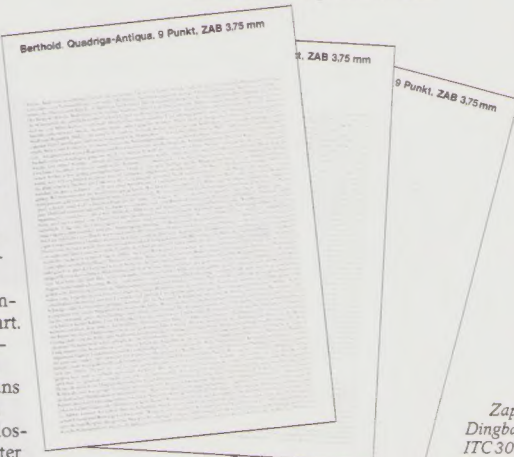
Falls Sie zu den ewigen Skeptikern gehören, haben wir noch etwas für Sie: Papierabzüge vom Originalfilm dieser Anzeige – da wird Ihnen schwarz auf weiß klar, wie sehr auch der beste Satz unter der Weiterverarbeitung leidet.

Und wie wichtig es deshalb ist, am Anfang etwas zu übertreiben, um am Ende sauber dazustehen.

Gestern auf der Achterbahn mit A und Aeneas. Mein Gott, das ging an Aorta. Aqua Minerale war vonnöten. Die Familie verlor sich im Fuchsba. Der Fencheltee war zu dünn. Die Felle nicht frisch. Die Frikadellen rochen unangenehm. Wir riefen Fylgja, unsere nordische Schutzgöttin, um Beistand.

Gestern auf der Achterbahn mit A und Aeneas. Mein Gott, das ging an Aorta. Aqua Minerale war vonnöten. Die Familie verlor sich im Fuchsba. Der Fencheltee war zu dünn. Die Felle nicht frisch. Die Frikadellen rochen unangenehm. Wir riefen Fylgja, unsere nordische Schutzgöttin, um Beistand.

Oben Times New Roman 9 p/ZAB 3,75 mm.
Unten Concorde 9 p/ZAB 3,75 mm.



Schicken Sie mir, kostenlos selbstverständlich, Schneideblätter für Caslon Buch, Comenius, Franklin-Antiqua, Poppl-Pontifex, Quadriga-Antiqua, Seneca und Walbaum Standard.

Mir liegt außerdem an Informationen über Hilfsmittel wie Typotexte, AV-Raster, Schriftgrößenmaß, Laufweitentabellen, etc.

Dies ist Zapf-Dingbat ITC 309

Name _____

Anschrift _____

Ausschneiden und an: H. Berthold AG · Teltowkanalstraße 1-4 · D-1000 Berlin 46

Diese Anzeige wurde gesetzt aufads 3000 in Seneca, 9,5p; linksbündig aufmax. 61 mm, Zeilenabstand 3,75 mm, Laufweite 0, Wortzwischenraum 10. Bildunterschriften aus Seneca kursiv 8p, Zeilenabstand 3,25 mm,

Reprotechnisch um 22 % verkleinert.

Laufweite 0, Wortzwischenraum 8 Headline Block normal, aufStaromat gesetzt und von Hand bearbeitet. Text & Gestaltung: Erik Spiekermann, MetaDesign Berlin 1980.

Weiche Übergänge, dennoch scharf



Und das alles ganz ohne Scanner

Die Weltanschauungsfrage „Kamera oder Scanner“, ob Sie fotomechanisch oder elektronisch direktrastern, ist wirklich keine. Beide Techniken haben Vor- und Nachteile. Auf das Motiv und die Druckbedingungen kommt es an. Der Reprofachmann muß entscheiden, welches Motiv wie bearbeitet werden muß. Lassen auch Sie ihn entscheiden. Zum Vorteil des Ergebnisses und im Interesse Ihrer Kunden. Kennen Sie eigentlich schon die modernsten Kameras, mit denen man heute exzellente Reproduktionen macht? Wir informieren Sie und liefern die gedruckten Beweise gerne mit.

**KLIMASCH**

D-6000 Frankfurt (Main) 1
Telefon (0611) 26 40-1

GRAPHIS

No 208 Volume 36 (Nos 207-212) 1979/80

INTERNATIONAL JOURNAL OF GRAPHIC ART AND APPLIED ART
INTERNATIONALE ZEITSCHRIFT FÜR GRAPHIK UND ANGEWANDTE KUNST
REVUE INTERNATIONALE D'ARTS GRAPHIQUES ET D'ARTS APPLIQUÉS

Published every two months / Erscheint alle zwei Monate / Paraît tous les deux mois

WALTER HERDEG Editor / Herausgeber / Réalisation

CONTENTS	ÉTIENNE DELESSERT, by Christophe Gallaz, Chapelle-sur-Moudon.....	104
	Posters for International Communication, by Bill Caldwell, Washington, D.C.....	120
	A Human Rights Poster Series, by Ethel Kessler, Washington, D.C.....	126
	MARK ALAN STAMATY, by William Cole, New York	130
	PAUL BRÜHWILER, by Guido Magnaguagno, Zurich	136
	Postage Stamp Design in West Germany, by Prof. Richard Roth, Munich	146
	STA 100 – Society of Typographic Arts (Chicago), by Alastair Allen, Ludlow	150
	Lettering in the work of BEN SHAHN, by Bernarda Bryson Shahn, Roosevelt, N.J.	158
	Sho – Japanese Calligraphic Art Today, by Irmtraud Schaarschmidt-Richter, Oberursel.....	166
	FRITZ EICHENBERG, by Steve Heller, New York.....	174
	Cover design by <i>Etienne Delessert</i> , St-Sulpice	
 INHALT	 ÉTIENNE DELESSERT, von Christophe Gallaz, Chapelle-sur-Moudon	 104
	Plakate für Internationale Kommunikation, von Bill Caldwell, Washington, D.C.	120
	Eine Plakatserie für die Menschenrechte, von Ethel Kessler, Washington, D.C.....	126
	MARK ALAN STAMATY, von William Cole, New York	130
	PAUL BRÜHWILER, von Guido Magnaguagno, Zürich	136
	Briefmarken-Design in der Bundesrepublik Deutschland, von Prof. Richard Roth, München	146
	STA 100 – Society of Typographic Arts (Chicago), von Alastair Allen, Ludlow	150
	Die Schrift im Werk von BEN SHAHN, von Bernarda Bryson Shahn, Roosevelt, N.J.	158
	Sho – Japanische Schreibkunst heute, von Irmtraud Schaarschmidt-Richter, Oberursel	166
	FRITZ EICHENBERG, von Steve Heller, New York	174
	Bücherchronik	186
	Umschlagentwurf von <i>Etienne Delessert</i> , St-Sulpice	
 SOMMAIRE	 ÉTIENNE DELESSERT, par Christophe Gallaz, Chapelle-sur-Moudon	 104
	Affiches pour la Communication Internationale, par Bill Caldwell, Washington, D.C.	120
	Une série d'affiches pour les droits de l'homme, par Ethel Kessler, Washington, D.C.	126
	MARK ALAN STAMATY, par William Cole, New York	130
	PAUL BRÜHWILER, par Guido Magnaguagno, Zurich	136
	La conception des timbres-poste en République fédérale, par Pr Richard Roth, Munich	146
	STA 100 – Society of Typographic Arts (Chicago), par Alastair Allen, Ludlow	150
	L'art de la lettre dans l'œuvre de BEN SHAHN, par Bernarda Bryson Shahn, Roosevelt, N.J.	158
	Sho – L'art japonais de l'écriture aujourd'hui, par Irmtraud Schaarschmidt-Richter, Oberursel.....	166
	FRITZ EICHENBERG, par Steve Heller, New York	174
	Chronique des livres	187
	Couverture par <i>Etienne Delessert</i> , St-Sulpice	
	Subscriptions / Abonnement / Suscripciones.....	188
	Impressum	188

PUBLISHER: GRAPHIS PRESS CORP. ZURICH (SWITZERLAND)



PHOTO MARCEL IMSAND

Etienne Delessert

Take a look at those white gulls floating on the sea like fluffs of cotton wool. They are motionless in the swell, soundless, their eyes almost closed, their bodies unresponsive, all energy turned off. But wait. Be patient a while, watch them. You will see them suddenly unfurl their long wings and climb the wind with no effort, see them come and go, far off in the sky or skimming the waves, masters of the spray to which obscure powers call them. Delessert resembles them.

He trails through the settings of his life an unfailing gentleness, a serenity that may sometimes be taken for boredom, a pink face, a moonish gaze, a somewhat squat silhouette, a voice that is never raised. But this exterior masks a splendid fire whose strength Delessert had already revealed at twenty-six, when this magazine first devoted a feature to him. His ample talent was already there for the measuring. Shuttling between his native Switzerland and the clamour of New York, armed with a hundred tried or new techniques, passing from black-and-white to colour, constantly modelling outside demands to his own last, he had already exploited all the means of expression offered by the age. An advertising designer, he illustrated a literary essay on Kafka before sketching the countenance of Galbraith for *FORTUNE* magazine, he turned out dozens of drawings for children's books and addressed himself to the animated film with equal brio, equal mastery, and with a style that was not to be mistaken. Carried by his own wing-span and driven by a thirst for virgin spaces, he flung himself towards the horizon and thus marked out his domain.

At the beginning of the seventies, circumstances hemmed in his curiosity. Delessert's way was blocked, like that of others, by a double obstacle. A number of prestigious magazines went down in the turmoil of a struggling press, and advertisers laid ever stricter commercial traces on their commissions. What was to be done? Delessert, no longer free to glide, took the plunge. Backed now by his wife, Anne van der Essen,

■ Our last article on ÉTIENNE DELESSERT appeared in *GRAPHIS* 128; we now review the work he has done in the intervening years. They have been highly successful years for this Swiss artist, who now divides his time between Lausanne and New York. His children's books, some of them written by his wife, Anne van der Essen, have won many prizes, among them four gold medals from the Society of Illustrators, New York. His one-man exhibitions include one in the Musée des Arts Décoratifs of the Louvre, Paris. He also makes animated films. *Editor*

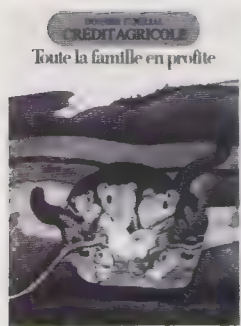
■ Unser letzter Artikel über ÉTIENNE DELESSERT erschien in *GRAPHIS* 128. Nun bringen wir eine Auswahl der Arbeiten, die er seither realisiert hat. Die letzten Jahre waren für diesen Schweizer Künstler, der seine Zeit mehr oder weniger zwischen Lausanne und New York teilt, sehr erfolgreich. Seine Kinderbücher, zum Teil von seiner Frau, Anne van der Essen, geschrieben, erhielten zahlreiche Auszeichnungen, darunter vier Goldmedaillen der Society of Illustrators, New York. Unter seinen Ausstellungen sei besonders diejenige im Musée des Arts Décoratifs im Louvre, Paris, hervorgehoben. Delessert macht auch Trickfilme. *Redaktion*

■ Notre dernier article sur ÉTIENNE DELESSERT a paru dans *GRAPHIS* 128; nous présentons ici un choix des travaux réalisés depuis. Ces dernières années ont été brillantes pour l'artiste suisse, qui partage désormais son temps entre Lausanne et New York. Ses livres d'enfants, dont certains ont été écrits par sa femme, Anne van der Essen, ont remporté nombre de prix, dont quatre médailles d'or de la Society of Illustrators newyorkaise. Citons parmi ses expositions celle tenue au Musée des Arts Décoratifs du Louvre, à Paris. Delessert fait aussi des films d'animation. *La Rédaction*

who knows his inner resources and can safeguard them in the public lists, he set out to get control of the means of diffusing his work. An enterprise that was first embarked on in the field of books and the cinema, followed by the theatre, carried Delessert a long way. With the support of the publishers Gallimard, he set up the Editions Tournesol with his wife in 1977 and published a flight of small children's books that have already won international acclaim (*Yok-Yok* and nature books, which have been translated into a dozen languages). And his Carabosse studio, which has launched several animated films, is now at work on a bolder venture: the feature film *Supersaxo*, retelling a fable by the Swiss author Maurice Chappaz in which he pits mythological heroes against the tycoons of the industrial era in the Valais. It will take thirty persons eighteen months to finish it. The budget amounts to some millions of Swiss francs, acrobatically assembled in France, Germany and Switzerland.

Scandal and consternation! Has Delessert turned into a businessman? It is whispered in fashionable lounges that artists lose some of their edge in the rush of contracts and trips, cheques and subsidies. But follow me with patience. Look at *Yok-Yok*, the little fellow who gazes at the world in surprise under his big cap, and at the pictures that illustrate the nature books. You will sense mysteries behind the sumptuous colours. And take a glance at the shadowy territory that Delessert hardly opens to the public. His 'Dance of Death', where the living are already decaying. His cycle of 'Heads' whose glances veer between indescribable poles. His 'Fires' in which landscapes, crows and brains burn with a terrifying vital flame. And his 'Birdmen', immemorial beings waiting in a dazzling landscape, perhaps for death itself.

So Delessert moves on, strengthening his wings in squalls and tempests, spreading them wider in the spindrift where the world is washed in an iridescence of light till all details are extinguished, where the only pulse is that of the trembling heart.



1) 2) 'All the family benefits by it.' Complete poster from a series for the bank Crédit Agricole, which offers loans to farmers, and detail of the artwork. Art Director: J.-C. Salaün.

1) 2) «Die ganze Familie profitiert davon.» Plakat aus einer Serie für die Bank Crédit Agricole, die den Bauern Darlehen offeriert, und Detail der Illustration. Art Director: J.-C. Salaün.

1) 2) Exemple d'une série d'affiches réalisées pour le Crédit Agricole, et détail de la composition. Directeur artistique: J.-C. Salaün. Agence: Havas Conseil.





3

Publishers / Verleger / Éditeurs:

- 3) 4) GALLIMARD
- 5) MIDDELHAUVE / GALLIMARD

3) 4) Complete cover of a French classic from a paperback series and detail of the artwork. Art Director: G. Duimard. Agency: Studio Carabosse.

5) Cover artwork for a children's environment book, *The Mouse and the Poisons*.

6) Poster for an exhibition of the artist's work in Paris. Grey, white and green.

7) 'Make room to play!' Poster for an exhibition on children's playgrounds.

3) 4) Kompletter Umschlag eines französischen Klassikers aus einer Taschenbuchreihe und Detail der Illustration. Art Director: G. Duimard. Agentur: Studio Carabosse.

5) Umschlagillustration für ein Kinderbuch über Umweltschutz, *Die Maus und die Giftchen*.

6) Plakat für eine Ausstellung der Arbeiten des Künstlers in Paris. Grau, weiss und grün.

7) «Platz dem Spiel» Plakat für eine Ausstellung über Spielplätze für Kinder.

3) 4) Couverture d'un classique français en édition de poche et détail de la composition. Directeur artistique: G. Duimard. Agence: Studio Carabosse.

5) Composition pour la couverture d'un livre d'écologie pour enfants, *La Souris et les poisons*.

6) Affiche pour une exposition de l'artiste à Paris. Gris, blanc, vert.

7) Affiche pour une exposition sur les places de jeux. Agence: Carabosse.



4



5

Schauen Sie die weissen Möwen an, die wie Wattebäusche auf der Dünung schwimmen: geräuschlos, regungslos, die Augen fast geschlossen, alle Energie abgeschaltet, reaktionslos. Doch beobachten Sie sie nur eine Weile geduldig – Sie werden sehen, wie sie plötzlich die langen weissen Schwingen entfalten und sich mühelos vom Wind hochtragen lassen, wie sie kommen und gehen, hoch in den Himmel steigen oder fast die Wellen streifen, Herrscher der Gischt, zu der geheimnisvolle Kräfte sie ziehen. Delessert erinnert an sie.

Er trägt eine unwandelbare Anmut durch sein Leben, eine manchmal mit Langeweile verwechselte Gelassenheit, ein rosiges Gesicht, einen abwesenden Blick, eine etwas untersetzte Figur und eine Stimme, die nie laut wird. Doch hinter dieser Schale brennt ein erstaunliches Feuer, dessen Kraft diese Zeitschrift zum erstenmal würdigte, als Delessert 26 wurde und man schon sein reiches Talent erkennen konnte. Hin und her pendelnd zwischen seiner Heimat Schweiz und dem lärmigen New York, gewappnet mit hundert erprobten und neuen Techniken, von Schwarzweiss zur Farbe wechselnd, ständig die Ansprüche der Umwelt in seine Poesie umsetzend, hatte er bereits alle Ausdrucksmöglichkeiten unserer Zeit erschöpft. Als Werbegraphiker illustrierte er einen literarischen Essay über Kafka, ehe er für FORTUNE das Gesicht von Galbraith skizzierte; er produzierte Dutzende von Kinderbuchzeichnungen und widmete sich mit dem gleichen Elan, derselben Meisterschaft und in unverwechselbarem Stil dem Zeichentrickfilm. Getragen von seiner Spannkraft und getrieben von seiner Sehnsucht nach Neuland schweifte er zum Horizont und markierte sein Gebiet.

Zu Beginn der 70er Jahre setzten die Umstände seiner Wissbegier Grenzen. Delesserts Weg blockierte ein doppeltes Hindernis. Eine Anzahl angesehener Zeitschriften ging im Überlebenskampf der Presse ein, und die Inserenten koppelten ihre Aufträge mit immer härteren kommerziellen Auflagen. Was tun? Da Delessert nicht länger frei schweben konnte, stürzte er sich beherzt in die Wogen. Unterstützt von seiner Frau Anne van der Essen, die ihn gegen die Öffentlichkeit abschirmt, machte er sich daran, die Kontrolle über den Absatz seiner Arbeiten zu erringen. Das Unternehmen, begonnen auf dem Buch- und Filmsektor und fortgesetzt auf dem Theatergebiet, führte Delessert einen langen Weg. Mit Hilfe des Verlages Gallimard gründete er mit seiner Frau 1977 die Editions Tournesol und brachte eine Reihe kleiner Kinderbücher heraus, die schon internationalen Beifall gefunden haben (*Yok-Yok* und die *Livres de la Nature*, übersetzt in etwa zehn Sprachen). Und sein Studio Carabosse, das mehrere Zeichentrickfilme herausgebracht hat, arbeitet jetzt an einem kühneren Unternehmen, dem Spielfilm *Supersaxo* nach der Fabel des Schweizer Autors Maurice Chappaz, in dem die Helden der Sage gegen die Industriekapitäne des Wallis antreten. Dreissig Leute werden achtzehn Monate zu seiner Realisierung brauchen. Das Budget beläuft sich auf einige Millionen Schweizer Franken, geschickt in Frankreich, Deutschland und der Schweiz zusammengebracht.

Skandal und Bestürzung! Ist Delessert Geschäftsmann geworden? In mondänen Salons flüstert man, dass Künstler in der Hetze der Abschlüsse und Reisen, Formulare und Beihilfen ihre Eigenart verlieren.



ETIENNE DELESSERT

Musée des Arts Décoratifs

107, RUE DE RIVOLI · PARIS 1

DU 1^{ER} OCTOBRE AU 23 NOVEMBRE 1975

Tous les jours, de 12 h. à 18 h., sauf mardi. Le dimanche de 11 h. à 18 h.

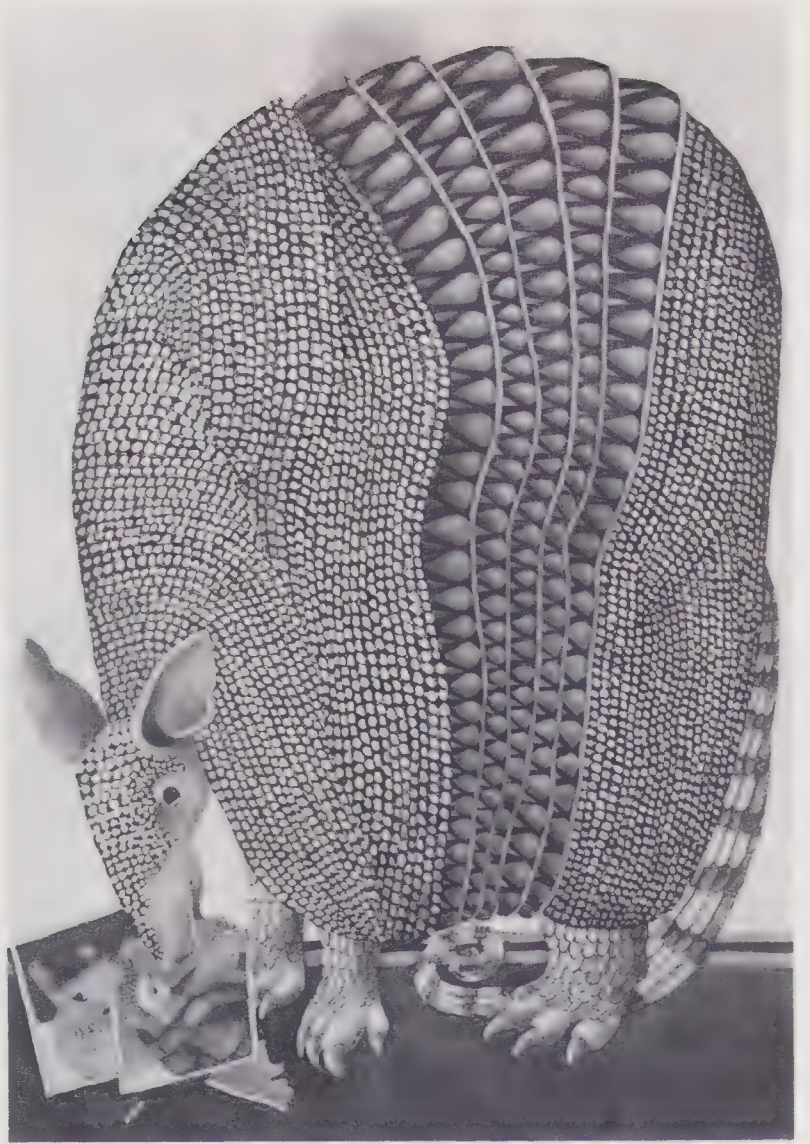


PLACE AU JEU!

21 DEC 1972
4 FEM 1973



8



9



10



11

8) 9) Full-page illustrations for an edition of Rudyard Kipling's *Just So Stories* published by Doubleday: the hunter and the leopard, and the armadillo.

10)–12) Full-page illustrations (Fig. 12 in roughly actual size) from one of a series of children's books about a mouse, intended to illustrate the dangers of man-made pollution. These pictures show the good old days, when the mouse shared nature's yields with man.

8) 9) Ganzseitige Illustrationen für eine Ausgabe von Rudyard Kiplings *Und das war so*, erschienen bei Middelhaue: Der Jäger und der Leopard, und das Gürteltier.

10)–12) Ganzseitige Illustrationen (Abb. 12 in ungefähre Originalgröße) aus dem Kinderbuch *Die Maus und was ihr bleibt*. Es werden die Gefahren der durch den Menschen verursachten Umweltverschmutzung dargestellt. Hier teilt die Maus noch den Ackersegen mit dem Menschen.

8) 9) Illustrations pleine page pour une édition des *Just so stories* de Rudyard Kipling publiée par Doubleday: le chasseur et le léopard, et le tatou.

10)–12) Illustrations pleine page (la fig. 12 approx. au format original) pour le livre d'enfants *Il était une fois la souris...*, où l'on voit les dangers que courent les bêtes du fait de la pollution. Ici, on rappelle le bon vieux temps où l'homme et la souris cohabitaient.

Publishers / Verleger / Editeurs:

8) 9) DOUBLEDAY / MIDDELHAUVE

10)–12) MIDDELHAUVE / GALLIMARD / EVANS





13



Les hommes de la rue de la République, Paris, 1911, A. G. G.

Mobil

14

Doch Geduld: betrachten Sie Yok-Yok, diesen kleinen Burschen, der verwundert unter seiner grossen Mütze in die Welt schaut, und die Bilder in den Naturbüchern. Sie werden das Geheimnisvolle hinter den prachtvollen Farben spüren. Und werfen Sie einen Blick in das weniger bekannte Schaffen: auf seinen «Totentanz», wo schon die Lebenden verrotten; seine Serie «Köpfe», deren Blicke zwischen unbeschreiblichen Polen schweifen; auf seine «Feuersbrünste», in denen Landschaften, Krähen und Gehirne lodernd verbrennen; und auf seine «Vogelmenschen», uralte Geschöpfe, die in flimmernder Landschaft starr auf etwas hoffen, warten – vielleicht auf den Tod? So segelt Delessert weiter, stärkt seine Schwingen in Gewitter und Sturm, breitet sie aus in aufstäubender Gischt, wo die Welt in regenbogenfarbenem Licht verschwimmt, bis alle Einzelheiten ausgelöscht sind und nur noch das angstvoll klopfende Herz wahrnehmbar ist.



15



16

13) 14) Detail of the artwork and complete magazine advertisement for *Mobil*, from a series offering money-saving advice to customers: 'We hammer away at your problem, then you nail us down.'

15) 16) Cover of a small book from a nature series for children, with illustration in actual size. This book is devoted to the earthworm.

17) 18) Cover of a book of six stories by a French-Swiss author, and detail of the artwork for it.

13) 14) Détail der Illustration und komplette Zeitschriftenanzeige aus einer Serie für *Mobil*, in der den Kunden geldsparende Ratschläge und Informationen angeboten werden.

15) 16) Umschlag eines kleinformatigen Kinderbuches, aus einer Reihe über die Natur, mit Illustration in Originalgrösse. Dieses Buch handelt vom Leben des Regenwurms.

17) 18) Umschlag eines Buches mit Erzählungen des Westschweizer Autors Jacques Chessex, und Detail der Illustration.

13) 14) Détail de la composition et annonce de magazine complète pour la société *Mobil*. La série où elle figure annonce de sérieuses économies pour les clients de *Mobil*.

15) 16) Couverture d'un petit livre publié dans une collection enfantine consacrée à la Nature, et illustration au format original. L'ouvrage en question traite du ver de terre.

17) 18) Couverture d'un recueil des six nouvelles par le grand écrivain romand Jacques Chessex, et détail de la composition.



18

LA CONFESSION DU PASTEUR BURG et autres récits

Jacques Chessex



17

Art Directors / Directeurs artistiques:

13) 14) FRANK PERRY / ART CHRISTY

Agencies / Agenturen / Agences:

13) 14) FULLER & SMITH & ROSS, INC.

15) 16) STUDIO CARABOSSE

Publishers / Verleger / Editores:

5) 16) GALLIMARD – TOURNESOL

7) 18) LE LIVRE DU MOIS

- 19) 20) 'The J Day of music.' Cover, with artwork, of the TV programme magazine TÉLÉRAMA.
 21)-24) Tipped-in colour illustrations from a booklet about *Supersaxo*, an 80-minute animated film now in production, based on a story about the Valais by Maurice Chappaz.
 25) Cover for a *Columbia* record of harpsicord music. Art Director: Anthony S. Lane.
 26) Full-page illustration from the *Sesame Street* book *Being Green*, based on the famous song.



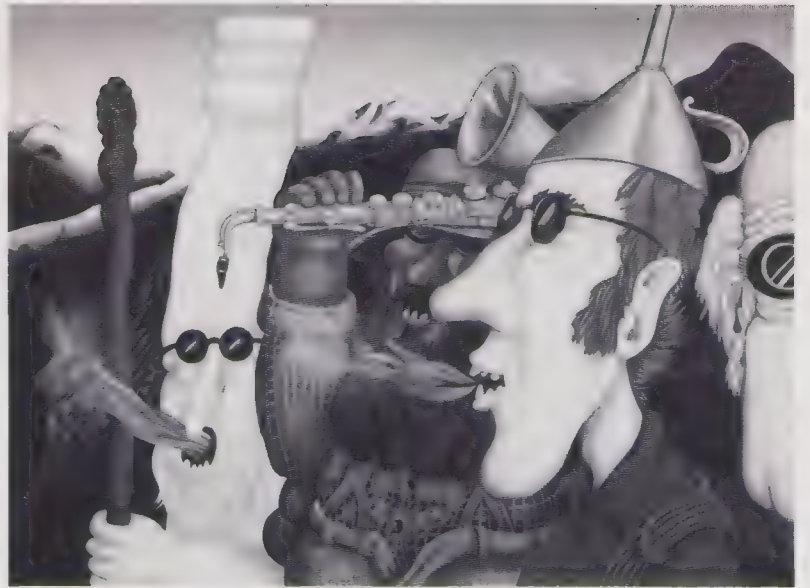
19

- 19) 20) «Der Tag J der Musik». Umschlag und Illustration des TV-Programmheftes TÉLÉRAMA.
 21)-24) Eingeklebte Illustrationen aus einem kleinen Buch über *Supersaxo*, einen 80-Minuten-Trickfilm zur Zeit in Produktion. Es handelt sich um eine moderne Walliser Sage von M. Chappaz.
 25) Hülle für eine *Columbia*-Schallplatte mit Cembalo-Musik. Art Director: Anthony S. Lane.
 26) Ganzseitige Illustration aus einem *Sesame*-Jugendbuch, basierend auf einem Lied.

- 19) 20) Couverture (et composition l'illustrant) du magazine de programme TV TÉLÉRAMA.
 21)-24) Illustrations couleur encartées dans une brochure de présentation pour *Supersaxo*, un film d'animation de 80 minutes en cours de réalisation. Directeur artistique: Pierre Bérard.
 25) Pochette d'un disque *Columbia* de musique pour clavecin. Dir. artistique: Anthony S. Lane.
 26) Illustration pleine page pour *Being Green*, un ouvrage de la série *Sesame Street*.



20



22



24



The Harmonious Blacksmith · Igor Kipnis

A Collection of Harmsich's Pictures



It's not easy being green.

26

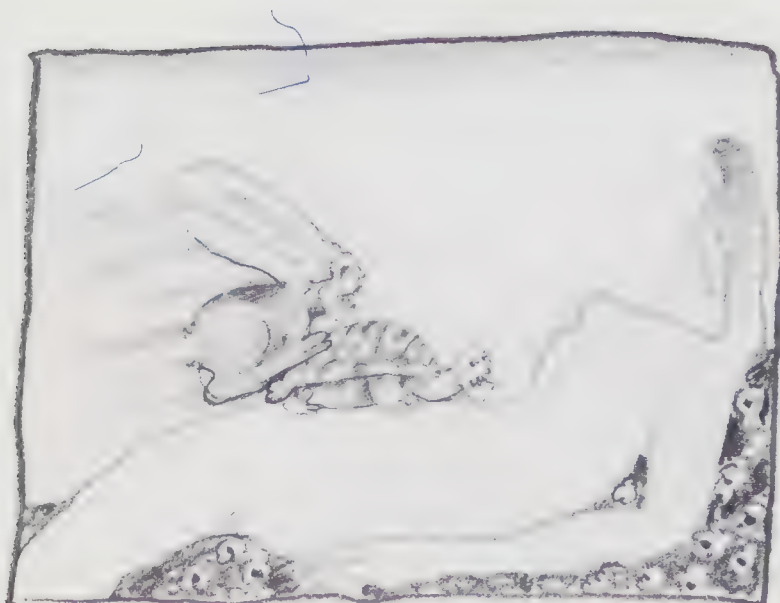


27

Observez ces goélands blancs posés sur la mer comme des morceaux d'ouate. Vous les voyez immobiles dans la houle qui respire, silencieux, l'œil presque clos, le corps fermé, toutes forces éteintes. Mais attendez. Patience. Epiez-les. Guettez-les. Et regardez comme ils déploient soudain leurs longues ailes et gravissent l'air sans effort, comme ils reviennent et repartent, lointains dans le ciel ou frôlant la vague, souverains dans les embruns où d'obscurs pouvoirs les appellent! Delessert leur ressemble.

Cet homme promène dans les décors de l'existence une douceur inaltérable, une sérénité confondue parfois avec l'ennui, un visage rose, un regard lunaire, une silhouette un peu tassée, une voix qui n'éclate jamais. Mais ces apparences masquent un feu prodigieux dont Delessert avait déjà révélé la puissance à l'âge de vingt-six ans, quand cette revue lui consacra un premier hommage. On put alors mesurer l'ampleur de son talent. Tour à tour établi dans sa Suisse natale et dans les tumultes new-yorkais, appuyé sur cent techniques rodées ou nouvelles, passant du noir aux couleurs, et pliant constamment les exigences de l'extérieur à sa fibre profonde, il avait exploité tous les supports d'expression offerts par son époque. Ce graphiste publicitaire illustrait donc un essai littéraire sur Kafka avant de croquer le visage de Galbraith pour le magazine FORTUNE, multipliait les dessins pour enfants et s'intéressait au film d'animation avec le même pep, avec la même maîtrise, avec un style déjà net qui le désignait entre tous. Ainsi porté par son envergure et propulsé par la soif des espaces vierges, le voyageur s'élançait jusqu'aux horizons, et donnait une marque à ses domaines.

Or les circonstances, au début des années 70, paralysèrent insensiblement cette curiosité. Delessert fut bloqué comme d'autres par un double obstacle. Plusieurs revues prestigieuses sombraient dans les tourmentes qui secouaient l'industrie mondiale des arts graphiques, et les bureaux publicitaires formulaient leurs commandes en termes commerciaux toujours plus stricts. Que faire? Delessert, qui ne pouvait plus planer, plongea. Et quel élan! Rejoint ici par sa femme Anne van der Essen, qui devine ses richesses intimes et sait les préserver dans l'action publique, il risqua une démarche libératrice: conquérir, jusqu'à leur source, les moyens de diffuser son œuvre. D'abord développée dans les domaines du livre et du cinéma, puis du théâtre, cette entreprise a poussé Delessert très loin. Avec l'appui de la maison parisienne Gallimard, il a créé en 1977 avec sa femme les Editions Tournesol qui ont publié une escadrille de petits ouvrages déjà reconnus dans la littérature enfantine internationale (le *Yok-Yok*, les *Livres de la nature*, traduits dans une dizaine de pays). Et la



28

27) 28) Two pencil drawings from a series of a hundred on The Dance of Death.

29) Painting on the Dance of Death theme.

30) Portrait of the Swiss psychologist Jean Piaget; illustration for an article published in the American magazine REDBOOK.

31) Drawing from an as yet unpublished series on the theme of the Human Comedy. Pen and ink.

32) *The Visitor*, illustration for AVANT-GARDE, 1968.

27) 28) Zwei Bleistiftzeichnungen aus einer Serie von hundert zum Thema Totentanz.

29) Gemälde zum Thema Totentanz.

30) Porträt des Schweizer Psychologen Jean Piaget; die Illustration wurde für einen in der Zeitschrift REDBOOK veröffentlichten Artikel ausgeführt.

31) Zeichnung, die für eine noch nicht veröffentlichte Serie zum Thema «Die menschliche Komödie» ausgeführt wurde. Tusche, 1975.

32) «Der Besucher», Illustration für die Zeitschrift AVANT-GARDE, 1968.

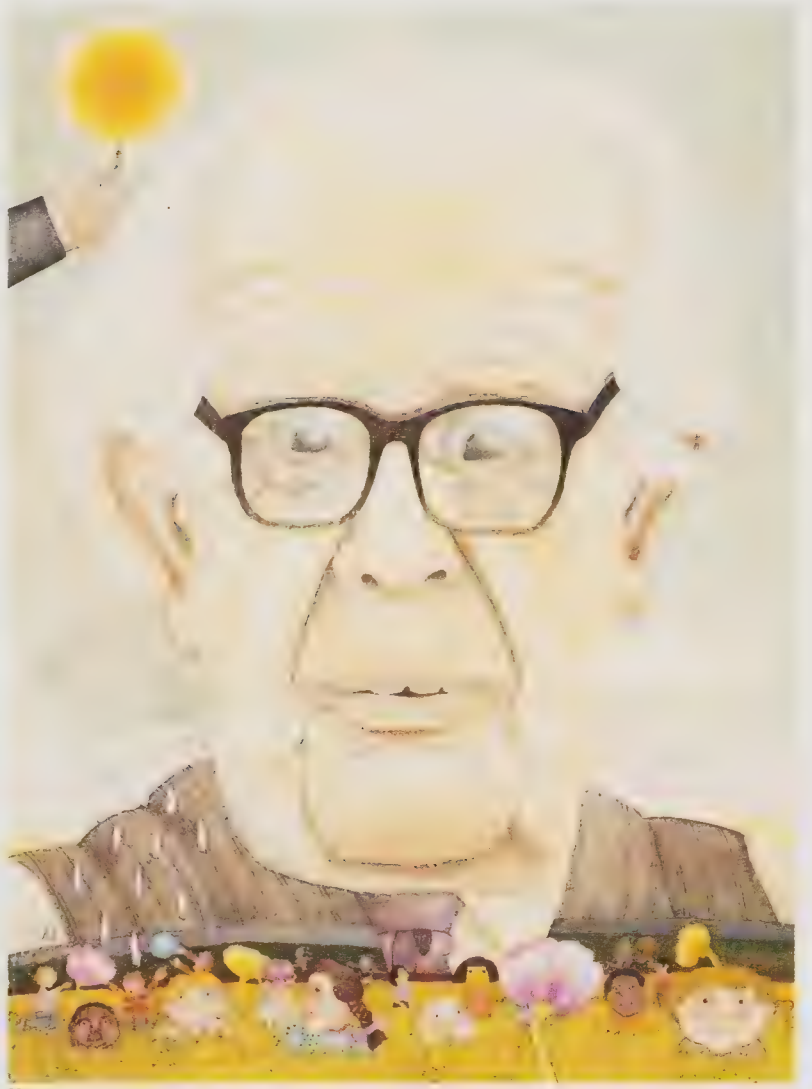
27) 28) Deux exemples d'une série de 100 crayons sur le thème de la Danse macabre.

29) Peinture inspirée de la Danse macabre.

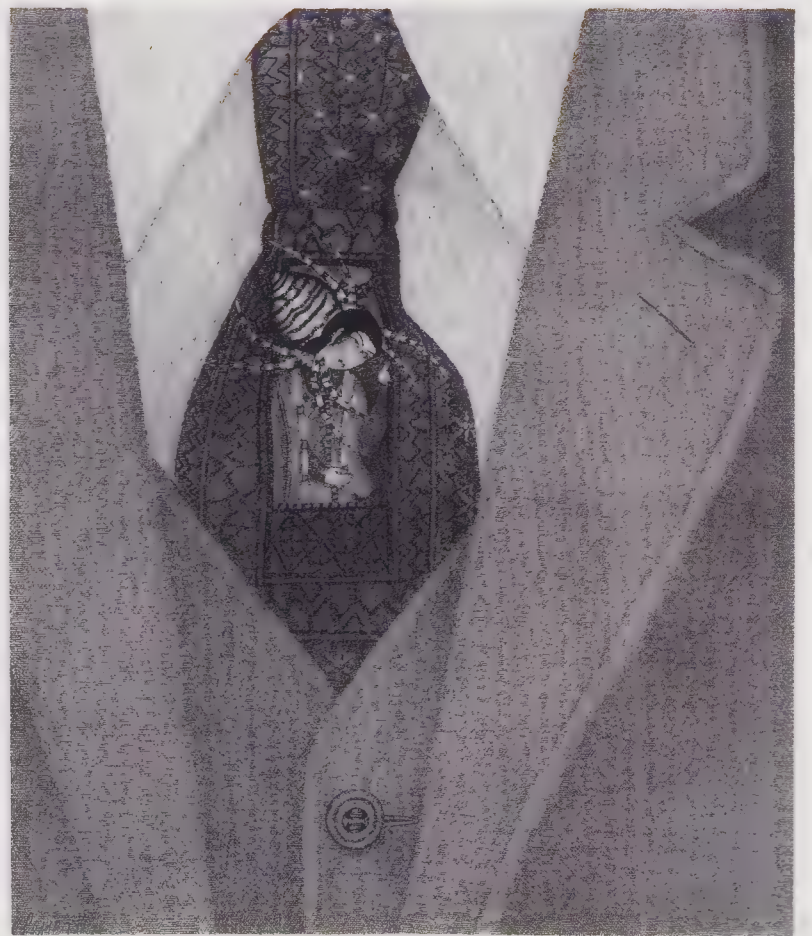
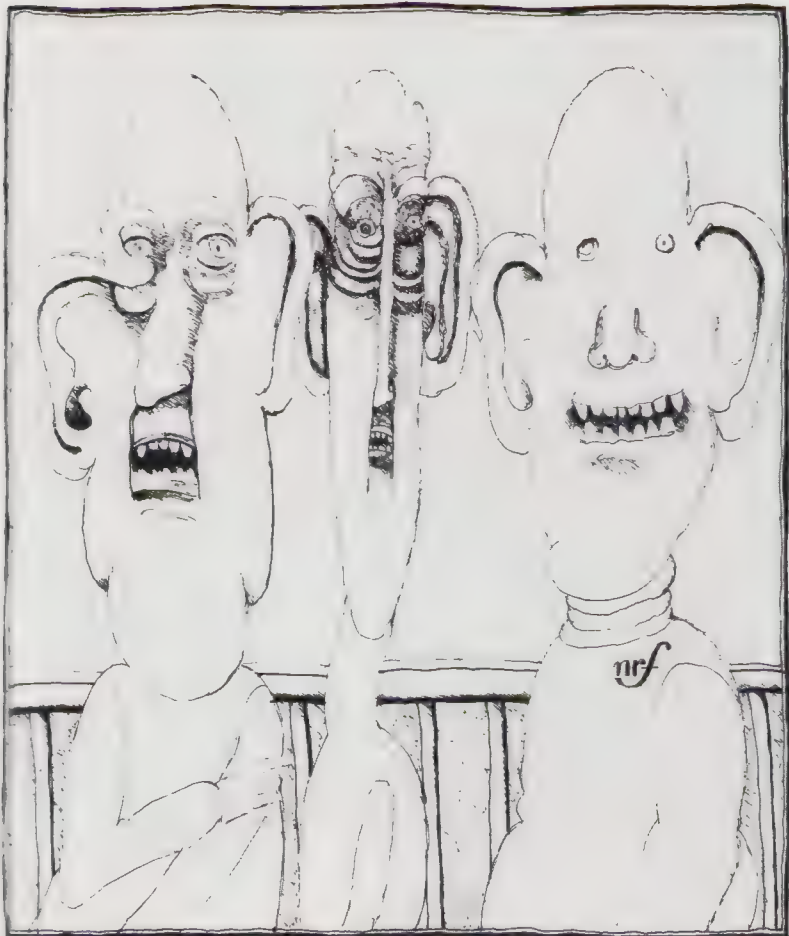
30) Portrait du psychologue suisse Jean Piaget; cette illustration a été réalisée pour un article publié dans le magazine américain REDBOOK.

31) Dessin à la plume figurant dans une série inédite où Etienne Delessert s'explique avec le thème de la Comédie humaine.

32) «Le Visiteur», illustration pour AVANT-GARDE, 1968.



30



32



33) Double spread from *The Pony Man*, a children's book. Here a chute ride in a fabulous moon country.

34) Full-page illustration from *Paroles*, a book of poems by Jacques Prévert.

35) 36) Complete poster, and detail of the artwork, for the opening of a children's theatre in Lausanne.

33) Doppelseite aus dem 1972 in den USA erschienenen Kinderbuch *The Pony Man*. Hier kann man auf drei Rutschbahnen ins Paradies gleiten.

34) Ganzseitige Illustration aus dem Gedichtband *Paroles*, von Jacques Prévert.

35) 36) Komplettes Plakat und Detail der Illustration, für die Eröffnung eines Kindertheaters in Lausanne.

33) Double page tirée de *Cinq poneys dans la lune*, un livre pour enfants. On assiste ici à une glissade dans un pays lunaire fantastique.

34) Illustration pleine page pour *Paroles* de Jacques Prévert.

35) 36) Affiche complète et détail de la composition: inauguration d'un théâtre d'enfants à Lausanne.



Publishers / Verleger / Editeurs:

33) HARPER'S MAGAZINE PRESS
MUSÉE DES ARTS DÉCORATIFS,
LAUSANNE

34) ÉDITIONS ROMBALDI

Agency / Agentur / Agence:

35) 36) STUDIO CARABOSSE







37

37)–39) Scenes from a play based on the children's book *How the Mouse was Hit on the Head by a Stone* (adaptation Nathalie Nat), staged in Geneva. Costumes and settings by Delessert.
 40) Double-spread illustration from *Story Number One* by Eugene Ionesco.
 41) Illustration from *A Wart Snake in a Fig Tree*, a children's book by George Mendoza.
 42) Illustration on the front page of a weekend supplement of the newspaper LA SUISSE containing a feature on dinosaurs. Full colour.

Publishers | Verleger | Editours:

40) HARLIN QUIST

41) THE DIAL PRESS

Photographer | Photograph | Photographie:

37)–39) DANIEL VITTET



40



37-39) Szenen aus einem Theaterstück für Kinder, das auf einem Kinderbuch basiert und in Genf aufgeführt wurde. Die Kostüme und Bühnenbilder stammten von Etienne Delessert.

40) Doppelseitige Illustration aus *Erzählung Nummer eins*, von Eugène Ionesco.

41) Illustration aus dem amerikanischen Kinderbuch «Eine Warzenschlange im Feigenbaum».

42) Illustration auf der Frontseite einer Wochenend-Beilage der Zeitung LA SUISSE, die einen Artikel über Dinosaurier enthielt. Mehrfarbig.



société Carabosse, qui a présenté dans le même temps plusieurs films d'animation, est aujourd'hui le moteur d'un coup d'audace insigne: la réalisation du long métrage *Supersaxo* du *Match Valais-Judée*, cette fable foisonnante par laquelle l'écrivain suisse Maurice Chappaz fit s'affronter les héros de la mythologie et les margoulins de l'ère industrielle. Trente personnes y travailleront pendant dix-huit mois. Budget: quelques millions de francs suisses acrobatiquement glanés en France, en Allemagne et en Suisse.

Scandale et consternation! Delessert homme d'affaires, maintenant? On murmure volontiers, dans les salons chics, que le dessinateur perd un peu ses crayons dans ce bataclan de fric, de contrats, de voyages, de requêtes, de formulaires et de subventions. Alors venez. Suivez-moi. Patience, avais-je dit. D'abord, regardez bien Yok-Yok, ce petit gaillard qui s'étonne du monde sous sa coiffe molle, et les images illustrant les *Livres de la nature*. Vous devinez derrière cette somptuosité colorée d'oppressants mystères. Et venez encore scruter le territoire obscur que Delessert soustrait partiellement au public. Voici une «Danse des Morts», où les vivants pourrissent aussi. Voici cette série de «Têtes» dont le regard s'écartèle entre des pôles indicibles. Ces «Incendies» où les paysages, les corneilles, les sexes et les cerveaux brûlent du terrifiant feu vital. Ces «Hommes-Oiseaux» enfin, quelques êtres immémoriaux figés sur un paysage éblouissant dans l'espoir d'une femme, et qui attendent. Mais la mort elle-même viendra-t-elle?

Ainsi va Delessert, affermissant son vol par les tintamarres et les tempêtes, épanoui toujours plus largement dans ces embruns où l'univers s'épure et s'irise dans la lumière et l'abîme, tous détails effacés, laissant battre seuls votre cœur et votre angoisse.

37)-39) Scènes d'une pièce tirée du livre d'enfants de Delessert, *Comment la souris reçoit une pierre sur la tête et découvre le monde*, adaptée par Nathalie Nat et jouée à Genève pour les enfants. Costumes et décors réalisés par Delessert.

40) Illustration double page pour *Conte numéro un* d'Eugène Ionesco.

41) Illustration pour *A Wart Snake in a Fig Tree*, un livre de George Mendoza pour les enfants.

42) Illustration polychrome en tête d'un supplément dominical du journal LA SUISSE.



POSTERS FOR INTERNATIONAL COMMUNICATION

■ The former US Information Agency, known to many of our readers as publishers of the magazine *AMERICA*, was reorganized some time ago and now bears the new name of the US International Communication Agency. On the following pages we present a selection from the posters issued by the Agency in the last year or two, mostly designed to support exhibitions or even as small shows in their own right and sent to embassies and information centres all over the world. Author of our text is Bill Caldwell, Art Director of the creative services of the USICA, winner of New York ADC gold medals and an active figure in professional organizations. *Editor*

Governments have used graphics as instruments of communication for centuries. As the intended audiences became more sophisticated, posters and displays necessarily became less emotional in their appeal, more aesthetically satisfying, and more cerebral in both content and design. This gradual but inevitable change has been reflected in the graphic products used by the United States Government in its effort to convey its image and its messages to the people of many nations.

Communication, not propaganda, became the name of the game as the old US Information Service was reorganized and converted into the new International Communication Agency. Posters and printed exhibits called 'paper shows' continued to be distributed to cultural centres and embassies around the world, but their thematic content has undergone a subtle change in the last two years. The new emphasis is on the arts and the humanities, and even scientific and political subjects are treated in a manner which suggests commonality of interest and long-term humanitarian concepts rather than topical issues or foreign-policy objectives.

Posters are used to announce the programming of cultural events and to support themes important to Americans and interesting to those persons abroad who have occasion to visit cultural and information centres, embassies, or official US Government exhibitions and events. Many of the individual posters advertise current books. Sometimes the posters and other printed material are distributed to universities, museums and art institutes. The printed exhibits often deal with specific subjects and are integrated with films, speakers, publications and other programmes offered to people interested in American life and culture. The 'paper shows' are really exhibits in miniature, and they are sometimes presented in conjunction with small or large exhibitions.

Recent themes include the election process, human rights, conservation and alternate sources of energy, American policy towards Africa, and various aspects of the art scene in the United States. Posters and exhibits may reflect the work of an individual artist or a whole group of artists and designers; sometimes it is the subject matter or thematic content alone which gives unity to the display. Materials are produced both by the silkscreen and the offset processes, and some displays are reproduced photographically in the Agency's own laboratory.

The current trend is to believe that the thinking and the underlying philosophy of the people of the United States are best conveyed through art and photography; the message then becomes most palatable when it is displayed in a library or a storefront window for casual perusal by visitors or passers-by. Although posters and displays are made exclusively for distribution outside the United States, recent products have been honoured with recognition and numerous awards within the graphic arts and professional community.

PLAKATE FÜR INTERNATIONALE KOMMUNIKATION

■ Die frühere US Information Agency, bekannt als Herausgeberin der Zeitschrift *AMERICA*, wurde vor einiger Zeit reorganisiert und trägt neu die Bezeichnung US International Communication Agency. Auf den folgenden Seiten zeigen wir eine Auswahl der von der Agentur in den letzten zwei Jahren veröffentlichten Plakate, die vor allem zur Bekanntmachung von Ausstellungen dienen. Die Plakate werden weltweit an Botschaften und Informationszentren geschickt. Autor unseres Textes ist Bill Caldwell, Art Director der Gestaltungsabteilung der USICA, Gewinner von Goldmedaillen des New York ADC und aktive Persönlichkeit in Berufsorganisationen. *Redaktion*

Seit Jahrhunderten haben Regierungen graphische Darstellungen als Instrument der Kommunikation benutzt. Mit wachsender Bildung des Zielpublikums wurden Plakate und Auslagen weniger emotional, dafür aber ästhetischer und intellektueller. Dieser schrittweise, doch unumgängliche Wandel spiegelt sich in den von der US-Regierung verwendeten graphischen Hilfsmitteln zur Verdeutlichung ihres Images und ihrer Botschaft an die Völker vieler Nationen.

Kommunikation, nicht Propaganda, war die Losung, als der alte US-Informationsdienst reorganisiert und in die neue International Communication Agency umgewandelt wurde. Plakate und sogenannte 'paper shows' wurden weiterhin an Kulturzentren und Botschaften in aller Welt verteilt, aber ihre Thematik hat sich in den letzten zwei Jahren leicht geändert. Heute werden vermehrt Kunst und humanistische Bildung betont und sogar wissenschaftliche und politische Themen derart behandelt, dass man eher an gemeinsame Interessen vieler Völker und langfristige humanitäre Absichten denkt als an aktuelle Themen oder aussenpolitische Ziele.

Plakate braucht man zur Ankündigung kultureller Ereignisse und zur Unterstützung von Themen, die für Amerikaner wichtig und für jene Ausländer interessant sind, die in ihrem Land Gelegenheit haben, amerikanische Kultur- und Informationszentren oder Regierungsveranstaltungen zu besuchen. Manchmal werden Plakate und gedrucktes Informationsmaterial an Universitäten, Museen und Kunstinstitute verteilt. Das gedruckte Ausstellungsgut behandelt oft spezifische Themen und wird ergänzt mit Filmen, Rednern und weiteren Programmen für Leute, die sich für Leben und Kultur Amerikas interessieren. Die 'paper shows' sind Miniaturausstellungen, die manchmal zusammen mit kleineren und grösseren Ausstellungen gezeigt werden.

Zu den neueren Themen gehören der amerikanische Wahlvorgang, Menschenrechte, Energiesparen und Alternativ-Energien, amerikanische Afrikapolitik und Aspekte der Kunstszene in den USA. Plakate und Schaustücke können das Werk eines einzelnen oder einer Gruppe von Künstlern und Designern sein; manchmal gibt nur das Thema der Ausstellung Einheitlichkeit. Das Material wird in Siebdruck und Offset hergestellt, oft auch im eigenen Labor photographisch reproduziert.

Gegenwärtig glaubt man, dass die Denkweise und die ihr zugrundeliegende Philosophie der Amerikaner am besten durch Kunst und Photographie vermittelt werden; die Botschaft wird am ehesten angenommen, wenn sie in einer Bibliothek oder Schaufensterfront zur gelegentlichen Betrachtung durch Besucher oder Passanten ausgebreitet wird. Obgleich Plakate und Auslagen zur Verteilung ausserhalb der USA hergestellt werden, wurden sie auch im Ursprungsland mit Lob und zahlreichen Preisen graphischer Kunst- und Berufsvereinigungen geehrt.

AFFICHES POUR LA COMMUNICATION INTERNATIONALE

Bill Caldwell

■ L'ancien Service d'information des Etats-Unis, éditeur du magazine AMERICA connu de nombreux lecteurs, a été réorganisé il y a quelque temps et rebaptisé Agence US de communication internationale (USICA). On trouvera ci-après un choix des affiches publiées par l'Agence depuis deux ans, principalement pour annoncer des expositions ou constituant à l'occasion des mini-expositions en soi, et distribuées aux ambassades et centres d'information de la planète. Notre texte est dû à Bill Caldwell, directeur artistique de l'USICA, plusieurs fois médaillé d'or du NY Art Directors Club et membre actif des organisations graphiques professionnelles. *La Rédaction*

Depuis des siècles, les gouvernements mettent l'art graphique à tribut pour les besoins de leur propagande. Au fur et à mesure que les populations accédaient à un certain niveau d'éducation, les affiches et expositions de l'Etat se sont faites moins directes dans leur appel aux émotions, plus réfléchies et plus satisfaisantes au plan esthétique, tant en ce qui concerne la forme que le contenu. Cette évolution est nettement visible dans la production graphique du gouvernement des Etats-Unis destinée à propager l'image officielle du pays autour du globe.

Le jour où le Service d'information des Etats-Unis prit le nom d'Agence de communication internationale, le concept de propagande fut abandonné au profit de celui de communication. Les centres culturels et ambassades continuèrent d'être alimentés en affiches et expositions sur papier («paper shows»), mais les sujets traités ont connu ces deux dernières années un subtil changement, l'accent étant mis désormais sur l'art, les sciences humaines et la science tout court, voire la politique, mais en termes d'intérêt communs à l'humanité et dans une perspective au long terme.

Ces affiches annoncent des manifestations culturelles et donnent vie et image à des sujets de préoccupation pour les Américains et d'intérêt pour les visiteurs des centres culturels, des centres d'information et des ambassades que le gouvernement américain entretient à l'étranger; elles servent aussi à annoncer les expositions et manifestations officielles du gouvernement. Nombreuses sont les affiches individuelles qui font connaître la production des éditeurs américains. Les affiches et imprimés sont parfois distribués aux universités, aux musées, aux instituts des beaux-arts. Les expositions sont souvent consacrées à des sujets particuliers et combinées avec des projections de films, des conférences, des publications et d'autres programmes offerts aux amis de l'Amérique.

Relevons parmi les sujets traités récemment le mode d'élection, les droits de l'homme, la conservation de l'énergie, les énergies de substitution, la politique américaine en Afrique, les arts américains, soit par le truchement d'artistes individuels, soit sous forme de groupes d'artistes et de designers ou encore dans le cadre d'une exposition thématique. Les imprimés sont réalisés en sérigraphie ou en offset, ou sont reproduits par voie photographique dans les labos de l'Agence.

On tend actuellement à considérer l'art et la photo comme les médias rêvés pour faire connaître à l'étranger la façon d'être et la mentalité, mais aussi la philosophie de vie du peuple américain. Ces productions artistiques et photographiques placées dans les bibliothèques ou dans les vitrines d'un centre culturel doivent attirer l'attention du passant ou du visiteur occasionnel. Quoique destinés à l'étranger, ces affiches et expositions se sont vu reconnaître à leur juste valeur aux Etats-Unis, reconnaissance documentée par de nombreux prix d'art graphique.

Art Director / Directeur artistique:

1) BILL CALDWELL

Designer / Gestalter / Graphiste:

1) BILL CALDWELL



1) Poster for an exhibition marking the centenary of sound recording. Polychrome, grey ground

1) Jubiläumsplakat «100 Jahre Tonaufnahmen». Mehrfarbig mit grauem Hintergrund.

1) Affiche polychrome (fond gris). Exposition du centenaire de l'enregistrement sonore



2



2)–6) Five posters from a series on the subject of energy. Fig. 2 refers to the energies dissipated by natural means in storms and hurricanes, Fig. 3 to decreasing petroleum resources, Fig. 4 to the energy consumption of transport, Fig. 5 to the conservation of energy, and Fig. 6 to reserves of energy contained in oil shale.

7) 8) Posters alluding to the film success *The Godfather* and to science-fiction films featuring extra-terrestrial beings. They served to mark the fiftieth anniversary of the Oscar film awards. All of them are in full colour.

9) Poster to promote a tour of the Nikoia dance troupe. Full colour.

Art Director / Directeur artistique:

2)–9) BILL CALDWELL

Photographers / Fotografen / Photographes:

2)–8) VARIOUS / VERSCHIEDENE / DIVERS

9) TOM CARAVAGLIA

Designers / Gestalter / Graphistes:

2)–6) BILL CALDWELL

7) 8) ETHEL KESSLER

9) ROGER MERRILL

2)–6) Fünf Plakate aus einer Reihe zum Thema Energie. Abb. 2 bezieht sich auf die bei Gewittern und Wirbelstürmen freiwerdenden Energien, Abb. 3 auf die sich vermindernenden Erdölvorräte, Abb. 4 auf den Energieverbrauch im Transportsektor, Abb. 5 auf die Energiekonservierung, und Abb. 6 auf die im Ölschiefer vorhandenen Energiequellen.

7) 8) Plakate mit Anspielung auf den Filmerfolg *Der Pate* und auf Science-Fiction-Filme über ausserirdische Wesen und ähnliche Gestalten. Diese Plakate wurden aus Anlass des fünfzigjährigen Jubiläums der Oscar-Preisverleihung herausgegeben. Alle sind mehrfarbig.

9) Plakat zur Bekanntmachung einer Tournée des Nikoia-Tanztheaters. Mehrfarbig.

2)–6) Cinq affiches tirées d'une série sur l'énergie. La fig. 2 se rapporte à l'énergie inutilisée des tempêtes et ouragans, la fig. 3 aux ressources pétrolières qui s'épuisent, la fig. 4 à l'énergie que requièrent les transports, la fig. 5 à la conservation de l'énergie, la fig. 6 aux réserves d'énergie provenant du kérogène contenu dans les schistes bitumineux.

7) 8) Affiches faisant allusion au film à succès *Le Parrain* et aux films de science-fiction mettant en scène des extraterrestres. Ces affiches polychromes ont été publiées à l'occasion du cinquantième de l'attribution des oscars.

9) Affiche annonçant une tournée de la troupe de ballet Nikoia, en polychromie.



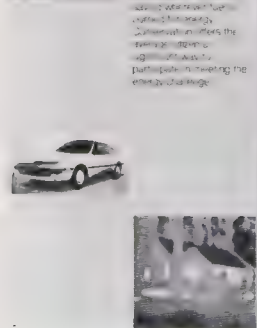
PETROLEUM DILEMMA

As the world's population grows, the demand for energy will increase. The world's oil reserves are finite, and the price of oil is rising. This creates a dilemma: how to meet the world's energy needs without depleting the planet's resources. One solution is to develop alternative energy sources, such as wind, solar, and hydro. Another solution is to improve energy efficiency and reduce energy consumption. Both solutions are necessary to ensure a sustainable future for the planet.



CONSERVATION

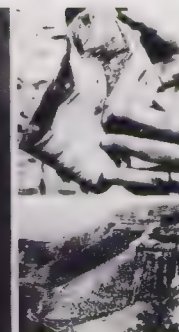
Conservation is the practice of protecting and preserving natural resources. This includes land, water, and wildlife. Conservation is important because it helps to maintain the balance of the ecosystem and ensures that resources are available for future generations. There are many ways to practice conservation, such as recycling, conserving water, and protecting natural areas.



OIL SHALE

Oil shale is a sedimentary rock that contains hydrocarbons. It is a potential source of oil and gas. Oil shale is found in many parts of the world, including the United States, Canada, and China. The process of extracting oil from oil shale is called oil shale retorting. This process involves heating the oil shale to break down the hydrocarbons into oil and gas. Oil shale retorting is a complex process that requires a lot of energy and resources.

6

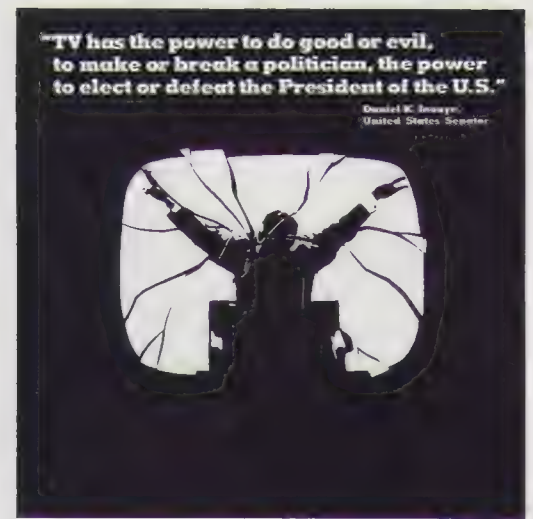


Nikolais Dance Theatre

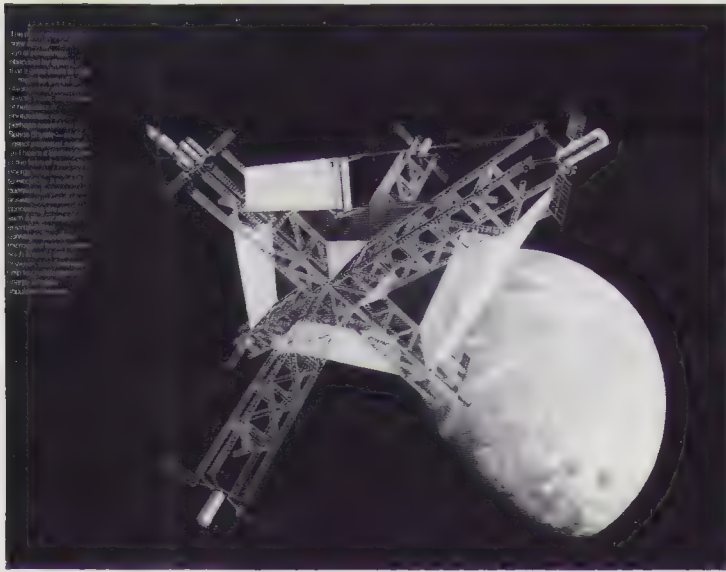
- 10) Black-and-white poster on the power of television.
- 11) 12) Posters symbolizing the role of communication. Bright colours.
- 13) 14) Further posters about energy sources. Here solar satellites and nuclear fusion.
- 15) Poster to promote an American agricultural exhibition in the Soviet Union.
- 16) Poster to announce an American cultural exhibition in Yugoslavia.
- 17)–19) Further posters on the subject of energy. Fig. 18 was first of the series.
- 20) 21) Two further posters marking the fiftieth anniversary of the Oscars.

- 10) Schwarzwisses Plakat über die Macht des Fernsehens.
- 11) 12) Plakate, welche die Rolle der Kommunikation versinnbildlichen. Bunte Farben.
- 13) 14) Weitere Plakate über Energiequellen. Hier Sonnensatelliten und Kernfusion.
- 15) Plakat für eine amerikanische Landwirtschaftsschau in der Sowjetunion.
- 16) Plakat mit Ankündigung einer amerikanischen Kulturausstellung in Jugoslawien.
- 17)–19) Weitere Plakate zum Thema Energie. Abb. 18 war das erste der Serie.
- 20) 21) Zwei weitere Plakate zum fünfzigjährigen Jubiläum der Oscar-Preisverleihung.

- 10) Affiche noir-blanc sur le sujet de la puissance de la télévision.
- 11) 12) Affiches symbolisant le rôle de la communication. Couleurs vives.
- 13) 14) Pour les énergies de substitution: satellites solaires, fusion nucléaire.
- 15) Affiche pour une exposition agricole américaine en URSS.
- 16) Affiche annonçant une exposition culturelle américaine en Yougoslavie.
- 17)–19) D'autres affiches sur le sujet de l'énergie. Première de la série: fig. 18.
- 20) 21) Deux autres affiches réalisées à l'occasion du cinquantenaire des Oscars.



10



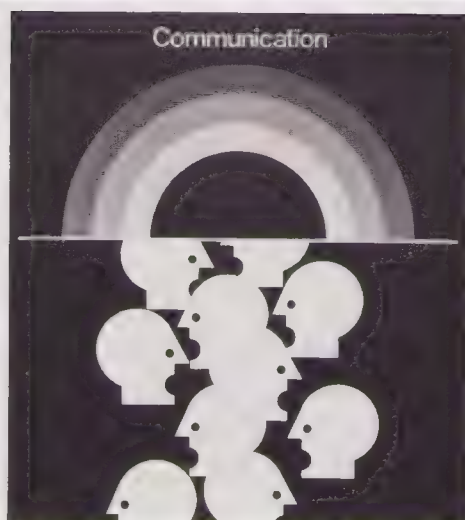
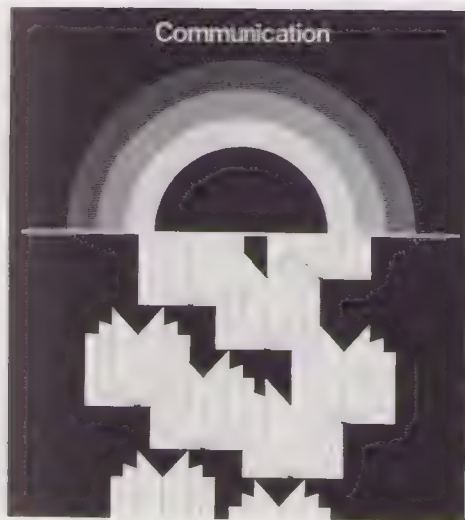
13



14



15



12

Art Director / Directeur artistique:

10)-21) BILL CALDWELL

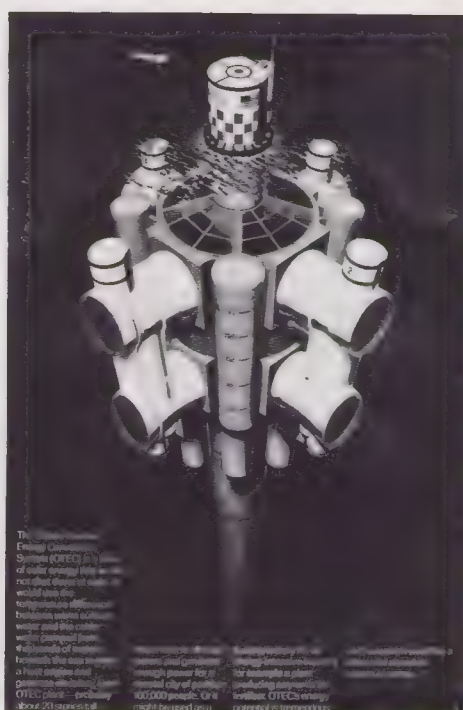
Designers / Gestalter / Graphistes:

10)-20) BILL CALDWELL

21) ETHEL KESSLER

Photographers / Photographen / Photographes:

13) 14) 16)-21) VARIOUS / VERSCHIEDENE / DIVERS



17



18

SOLAR

Prospect of an energy source that is endless and virtually inexhaustible has captured the public imagination. Solar energy has many drawbacks: it may be too hot or too bright or too noisy. But solar energy has one great advantage: it is free. It is particularly for individual homeowners. The basic form of solar energy is called passive solar. It is most useful in sunny regions. It uses the sun to heat up a mass, such as the walls of a house, filled with water. At night, the heat is released to the house. With solar systems, passive solar heated water can be used in a central water heater. The passive solar system costs about \$10,000. It can be installed in a few days. It can be converted to a solar system directly to electricity. They are very expensive, but with government encouragement, industry, and new mass production techniques, they will make them available for widespread use.



MORE STARS THAN THERE ARE IN HEAVEN

Over the years, the audience has seen the stars through acclaim. And the stars have seen the movies and made generations of moviegoers.

Women aspired to the haughty assurance of a Katharine Hepburn, the stoic allure of Garbo. Men emulated the Capraesque swagger, the smoothness of Cary Grant, the hard-eyed sentimentality of Bogart or the unfulfilled melancholy of Gable, Wayne and Brando. No one could throw a tantrum with the authority of Bette Davis. Or evoke a universe yearning like Marilyn Monroe.

They were our idols — and our companions. They had marvelous faces and voices and bodies. They were the stars!



20



21

A Human Rights Poster Series

Eine Plakatserie für die Menschenrechte

Une série d'affiches pour les droits de l'homme

Ethel Kessler

[Texte français: page 128]

Even before I knew that I would be designing and directing this series of posters, I had participated in a course in cross-cultural communications. One day we were faced with the task of looking at worldwide perspectives on human rights. The fourteen of us in the class argued for hours on what the priorities of life are all over the world. And in fact, even as Americans, we were startled to realize that we each had very different perspectives, not to speak of major differences in attitudes between Latins, Arabs, Europeans and Asians. So how, after that eye-opening experience, could I produce a series of posters on the subject—except to express those exact conflicts and questions brought up in the earlier exchanges?

This poster series was one of the first opportunities our division of the International Communication Agency has had to use illustrators on strong themes. And I sincerely believe that, had some people realized how much impact the series would carry, there would have been lots of upper-echelon managers trying to get in on the selection of the artists. As it was, I made an initial selection of illustrators whose work would be compatible yet whose styles would be strikingly different. All posters, because of impact (and budget), would be printed in black and white with the text on all posters printed in red.

The actual text of the Universal Declaration on Human Rights was used as a jumping-off point—the thirty tenets seemed too overwhelming a task, so ten basic concepts were selected as a direction; however, many of the concepts overlap. Each artist was supplied with the text. After the illustrations were finalized, the ten tenets were again used to

Noch bevor ich wusste, dass ich diese Plakatserie entwerfen und leiten würde, hatte ich an einem Kurs in interkultureller Kommunikation teilgenommen. Eines Tages standen wir vor der Frage weltweiter Perspektiven der Menschenrechte. Die vierzehn Mitglieder unserer Studiengruppe diskutierten stundenlang darüber, was in aller Welt Prioritäten des Lebens darstellt. Selbst wir, als Amerikaner, waren überrascht, welche unterschiedlichen Vorstellungen es unter uns gab, ganz zu schweigen von jenen zwischen Lateinamerikanern, Arabern, Europäern und Asiaten. Wie konnte ich also, nach diesem Schlüsselerlebnis, eine Plakatserie zum Thema produzieren –, es sei denn, um genau die von uns früher diskutierten Konfliktstoffe und Fragen darzustellen?

Diese Plakatserie war eine der ersten Gelegenheiten unserer Abteilung der International Communication Agency, Illustratoren für starke Themen einzusetzen. Und ich bin überzeugt davon, dass viele Manager der oberen Etagen versucht hätten, auf die Auswahl der Künstler

help select the final quotes. What I wanted to do was put a team of people together, the sum total of whose energy would be the force which would make this final product exciting.

Michael David Brown said, 'Most people are not serious when they say they want strong illustrations. You give it to them and they ask you to make changes.'

In fact, with a few of the illustrations, the sketches had more strength than the final art. The direct eye contact that was established in Salvador Bru's first illustrations was considerably toned down. Once we talked about it, Salvador reworked that part of the drawing, and the result was greater impact.

Discussing, analysing and testing were done every step of the way with the silkscreeners on mesh of the screens, paper stocks and blends of inks to achieve the tactile quality desired and keep within budget.

The real test, however, is the audience. How do they react? A cable from San Salvador said: 'Exhibit has been tremendous success, receiving the approval and appreciation of even the most radical students who have been vocal in expressing their views ... As a result of the positive reception, the posters, which were originally scheduled for two weeks, will be permanently displayed ...'

The distribution of the posters was worldwide, each poster being produced in three language versions. When they were framed and hung for our Washington staff, the comments were rewarding. Everyone had a reaction, good or bad: violent—depressing—upsetting—strong—challenging. I think that's an achievement.

Einfluss zu nehmen, wenn irgendwer erkannt hätte, welche nachdrückliche Wirkung die Serie haben würde. So aber traf ich eine erste Auswahl von Illustratoren, deren Arbeit kompatibel, zugleich aber stilistisch unterschiedlich sein sollte. Wegen ihrer Wirkung (und des Etats) sollten alle Plakate schwarzweiss mit roter Schrift gedruckt werden.

Der Text der Allgemeinen Erklärung der Menschenrechte wurde als Ausgangspunkt genommen. Deren dreissig Grundsätze schienen aber zu umfangreich, so dass zehn Grundkonzepte als richtungweisend ausgewählt wurden, wobei sich jedoch viele Konzepte überschneiden. Jeder Künstler erhielt den Text. Nachdem die Illustrationen festgelegt waren, wurden die Grundsätze noch einmal herangezogen, um die endgültigen Zitate auszuwählen. Ich wollte ein Produktionsteam, dessen Gesamtenergie ein aufregendes Endergebnis gewährleisten sollte.

Michael D. Brown sagte: «Die meisten Leute meinen es nicht ernst, wenn sie aussagestarke Bilder verlangen. Liefert man sie, so bitten sie

■ The 30th anniversary of the UN's Universal Declaration of Human Rights was marked in 1978 by the issue of a series of posters dealing with ten of the thirty tenets. The posters, all 21 x 33 inches in size, were printed in black and white with red text in three languages and were distributed worldwide. Ethel Kessler, who designed the series for the US International Communication Agency, comments on it here. *Ed.*

■ Aus Anlass der vor 30 Jahren erfolgten Deklaration der Menschenrechte der UNO wurde 1978 eine Plakatserie herausgegeben, die sich auf zehn der dreissig Grundsätze bezieht. Die Plakate, schwarzweiss mit rotem Text, in drei Sprachvarianten, 53 x 84 cm, wurden weltweit verbreitet. Ethel Kessler gibt hier ihren Kommentar zu den Plakaten, die sie im Auftrag der US International Communication Agency gestaltet hat. *Redaktion*

■ Le 30^e anniversaire de la Déclaration universelle des droits de l'homme par l'ONU a été l'occasion, en 1978, de la publication d'une série d'affiches noir-blanc (texte rouge) de 13 x 84 cm illustrant en trois langues 10 des 30 articles de la déclaration et diffusées dans le monde entier. Elles sont commentées ici par Ethel Kessler, qui a mis au point la série pour la US International Communication Agency. *La Réd.*

gleich um Änderungen.» In der Tat hatten in einigen Fällen die Skizzen mehr Aussagekraft als die Endfassungen. Der direkte Augenkontakt, der in Salvador Brus ersten Illustrationen hergestellt wurde, wurde stark gemildert. Nachdem wir darüber gesprochen hatten, änderte er die Zeichnung und erzielte so eine stärkere Wirkung.

In jeder Entwicklungsphase wurde mit den Siebdruckern in Diskussionen, Analysen und Tests über Druckdichte, Papierqualität und Druckfarbenzusammensetzung beraten, um die angestrebte taktile Qualität zu erreichen und doch im Rahmen des Budgets zu bleiben.

Der eigentliche Test erfolgt jedoch beim Publikum. Wie reagiert es? Ein Telegramm aus San Salvador lautete: «Ausstellung war ein Riesenerfolg und fand selbst bei den radikalsten Studenten, die sich dazu äusserten, Anerkennung ... Als Resultat der positiven Aufnahme werden die Plakate, die ursprünglich nur zwei Wochen lang gezeigt werden sollten, in einer ständigen Ausstellung aufgehängt ...»

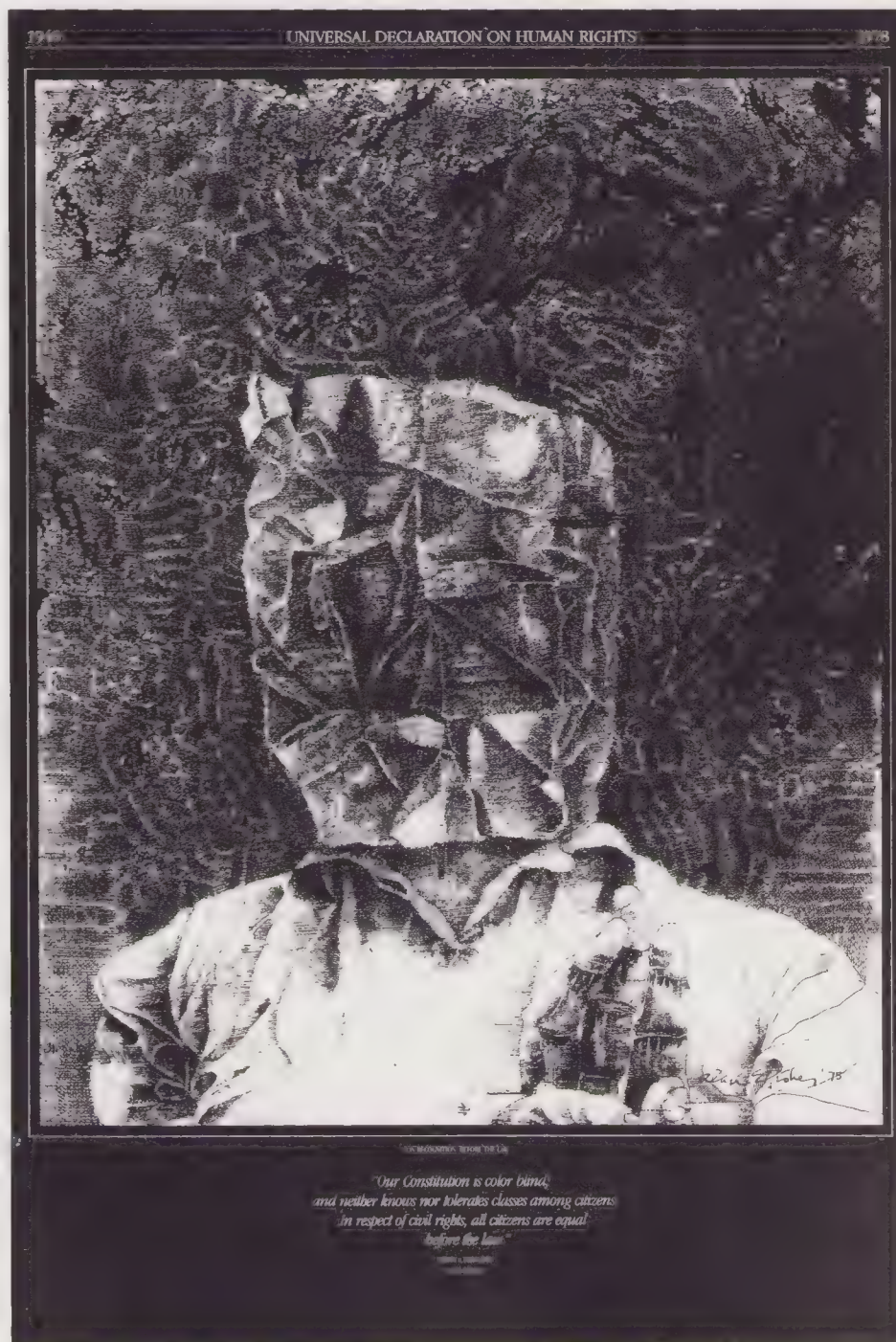
Die in drei Sprachen gedruckten Plakate wurden weltweit vertrieben. Als sie für unseren Mitarbeiterstab in Washington gerahmt und aufgehängt worden waren, gab es erfreuliche Kommentare. Jeder reagierte darauf, ob positiv oder negativ: gewaltig, deprimierend, beunruhigend, aussagestark, herausfordernd. Und das ist, glaube ich, schon eine Leistung.



2) Two posters with artwork by Alan E. Cober. The subjects are freedom of movement (Fig. 1) and recognition before the law (Fig. 2). Quotations from George Santayana and a court decision.

2) Zwei von Alan E. Cober illustrierte Plakate. Die Themen sind: Bewegungsfreiheit (Abb. 1) und Gleichheit vor dem Gesetz (Abb. 2). Zitate von George Santayana und aus einem Gerichtsurteil.

2) Deux affiches dont la composition est due à Alan E. Cober. Elles ont pour sujets le droit de circuler librement (fig. 1) et la protection de la loi accordée à tout être humain (fig. 2). Les citations sont extraites des œuvres de George Santayana et d'une décision de tribunal.



Avant même de savoir que j'allais concevoir et diriger la création de cette série d'affiches, j'avais suivi un cours de communication par-delà les barrières des cultures. Un jour, les participants furent invités à envisager la question des droits de l'homme dans une perspective planétaire. Les 14 élèves discutèrent des heures durant sur les priorités de la vie humaine sur Terre pour réaliser avec étonnement combien les points de vue différaient d'un Américain à l'autre; que serait-ce alors pour les Latins, les Arabes, les Européens, les Asiatiques? Cette expérience vécue m'a aidée à créer une série d'affiches axée sur les problèmes et conflits évoqués dans ce cours.

La série d'affiches pour les droits de l'homme a été l'une des premières occasions pour notre division de l'International Communication Agency de faire appel à des illustrateurs pour des sujets poignants. Je crois que si l'on avait réalisé l'impact qu'aurait la série, un tas de gens importants s'en seraient mêlés, alors que j'ai pu en toute tranquillité composer une liste des artistes que je jugeais compatibles et qui pourtant offraient une variété de styles fort différents les uns des autres. Pour des raisons d'impact (et de budget), ces affiches devaient être en noir et blanc, seul le texte apparaissant en rouge.

Nous avons pris pour point de départ le texte de la Déclaration universelle des droits de l'homme en réduisant ses 30 articles à 10 principes fondamentaux. Inévitablement, un grand nombre d'idées se chevauchent. Chaque artiste reçut le texte. Après le travail illustratif, les dix articles ont servi à sélectionner les citations qui forment le texte des affiches. Le synergisme de l'équipe mise au travail sur ce projet devait en assurer l'impact.

Comme l'a justement remarqué Michael David Brown, l'un des artistes, «la plupart des gens ne réfléchissent pas vraiment en commandant des illustrations fortes, qu'ils désirent ensuite voir atténuées». En fait, certaines esquisses durent être remaniées, ainsi celles de Salvador Bru, de manière à toucher plus juste.

Tout au long de la fabrication, tous les détails ont fait l'objet d'analyses, de mises au point et d'essais avec les sérigraphes en ce qui concernait l'armure des tissus employés, le papier, les trames et les encres, afin d'obtenir la qualité tactile désirée tout en restant dans les limites du budget imposé.

Restait à connaître la réaction du public mondial à nos affiches. Un télégramme de San Salvador nous a tranquilisés à ce sujet: «L'exposition a connu un succès énorme et rencontre l'approbation et les louanges même des étudiants les plus radicalisés qui ont fait connaître bruyamment leur opinion... Etant donné cette réception positive, les affiches, qui devaient rester visibles durant deux semaines, seront exposées en permanence dans notre pays...»

La diffusion des affiches pour les droits de l'homme a été planétaire, chacune de ces affiches étant produite dans trois langues différentes. Une fois encadrées et suspendues dans nos bureaux de Washington, elles n'ont laissé personne indifférent, comme en témoignent les jugements émis: «violent – déprimant – troublant – très fort – provocant»... A en juger par ces réactions, l'entreprise a été un plein succès.

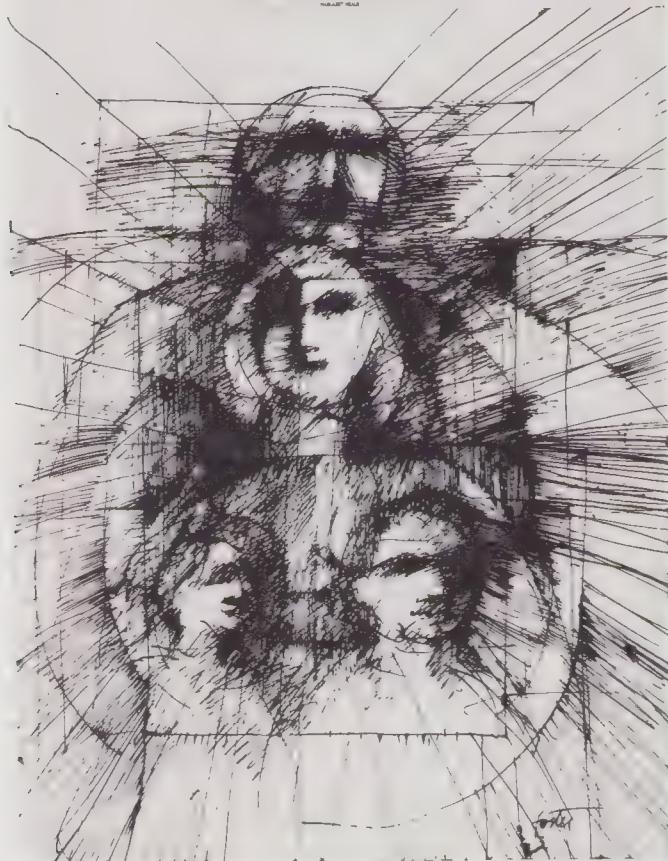
3)-8) Six further posters from the Human Rights series. The artists and themes are as follows:
3) Salvador Bru on owning property; 4) Susan Foster on the family; 5) Michael David Brown on the right to work; 6) Michael David Brown on slavery; 7) Tom Teague on education; 8) Geoffrey Moss on freedom of opinion.

3)-8) Sechs weitere Plakate aus der Serie «Menschenrechte». Die Künstler und Themen sind:
3) Salvador Bru über das Recht auf Besitz; 4) Susan Foster über die Familie; 5) Michael David Brown über das Recht auf Arbeit; 6) Michael David Brown über Sklaverei; 7) Tom Teague über Ausbildung; 8) Geoffrey Moss über Meinungsfreiheit.

3)-8) Six autres affiches sur les droits de l'homme. Les auteurs et les sujets en sont les suivants:
3) Salvador Bru pour le droit à la propriété; 4) Susan Foster pour la famille; 5) Michael David Brown pour le droit au travail; 6) Michael David Brown sur le sujet de l'esclavage; 7) Tom Teague pour l'éducation; 8) Geoffrey Moss pour la liberté d'opinion.



*Through the family we have a common heritage
that survives and transcends all the differences
that divide men. The task of each family is also
the task of all humanity. This is to cherish
the living, remember those who have gone before
and prepare for those who are not yet born.*



*I am the people—the mob—the crowd—the mass.
Do you know that all the great work of the world
is done through me?*

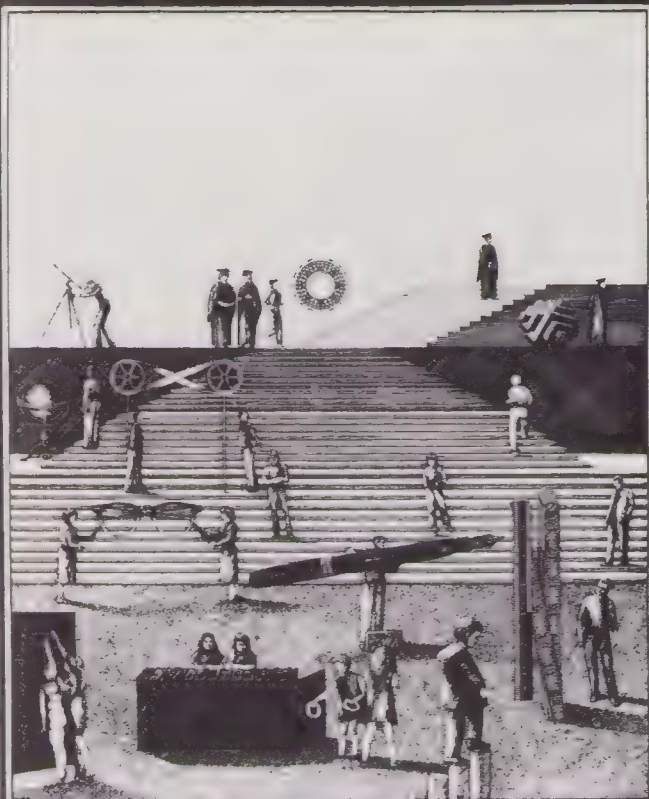


5

Posters for Human Rights

Plakate für die Menschenrechte

Affiches pour les droits de l'homme



*Each step is a step towards the goal.
The goal is never lost as long as the steps are taken.*



*It is the duty of every man to sign the document.
It is the duty of every man to sign the document.
It is the duty of every man to sign the document.*

8

Mark Alan Stamaty

William Cole

[Deutscher Text: Seite 134]
[Texte français: page 135]

PHOTO HARVEY WANG



■ MARK ALAN STAMATY, born in Brooklyn in 1947, graduated from Cooper Union in 1969. He has written and illustrated several children's books, of which *Who Needs Donuts?* won a Society of Illustrators gold medal. His drawings appear in the leading magazines, and he is on the faculty of the Parsons School of Design. *Editor*

■ MARK ALAN STAMATY, 1947 in Brooklyn geboren, graduierte 1969 an der Cooper Union. Er hat mehrere Kinderbücher geschrieben und illustriert, von denen *Who Needs Donuts?* eine Goldmedaille der Society of Illustrators gewann. Seine Zeichnungen erscheinen in führenden Zeitschriften. Er lehrt an der Parsons School of Design. *Red.*

■ MARK ALAN STAMATY, né à Brooklyn en 1947, diplômé de Cooper Union en 1969, a écrit et illustré plusieurs livres pour les enfants, dont *Who Needs Donuts?*, qui lui a valu la médaille d'or de la Society of Illustrators. Ses dessins sont publiés par les grands magazines. Il enseigne à la Parsons School of Design. *La Rédaction*

Among the memorabilia framed on my bathroom wall are two large manila envelopes. One is decorated and addressed to me by R. Crumb—a smiling sun beaming down on a happy landscape. The other is from Mark Alan Stamaty: an airplane soaring through the sky piloted by—guess what!—a horse, of course!

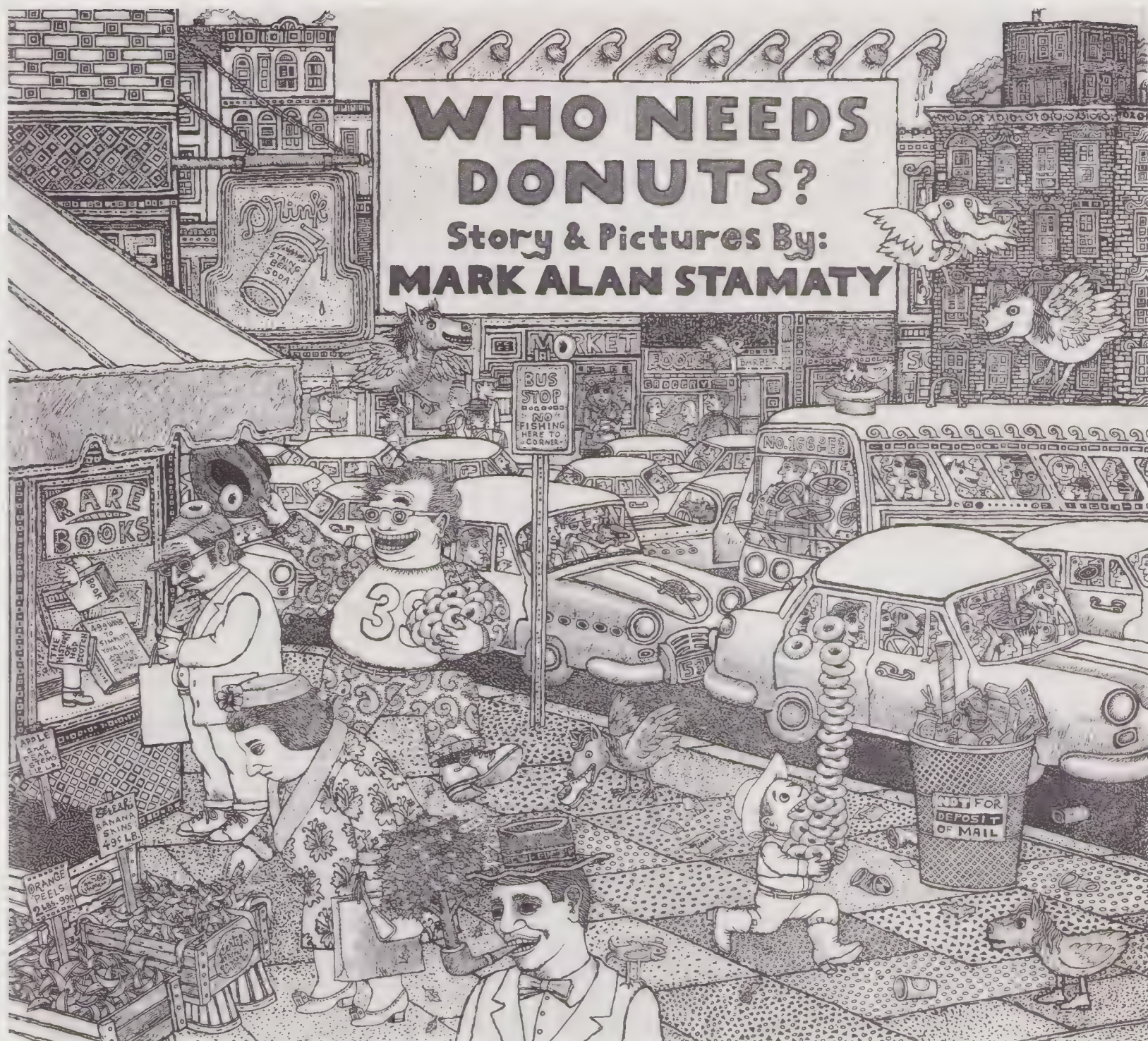
I first met Mark just after he published *Who Needs Donuts?* in 1973. My friend, the cartoonist Mike Thaler, and I were so impressed with the book that we *had* to meet the artist. We looked in the Manhattan phone book, and sure enough, there, on MacDougal Street, he was. So I phoned, complimented him, and suggested we get together at my apartment. He hesitated a moment, then asked, 'Do you have a cat?' 'No,' I replied. 'I'm allergic,' he said. We got together and had a marvellous time talking about cartoonists and children's books.

Mark, who is the unlikely combination of Greek/Jewish, doesn't come across in person as a witty fellow. He's shy, and tends to be serious in conversation. You can sometimes see him in his own cartoons—the rather large, dark man in glasses with heavy eyebrows that shoot straight across his face with no pause over the nose. Shy or not, I'm told that on occasion he can switch from a soft-spoken gentleman to a raving exhibitionist. He and the caricaturist Bill Plympton have a two-man combo, Bill on electric guitar and Mark on vocals, and he specializes in

doing Elvis Presley imitations, bumps and all. I mentioned that mark is serious in conversation; I should have said in monologue. He's puzzly articulate, trying to disentangle, to quote him, '... my concept of what it is to be an artist and also survive'. It's almost as though the artist is a stranger whose presence bothers and bemuses him. And directs him. It's as if Mark's saying, 'Who is this guy sitting on my shoulders?'

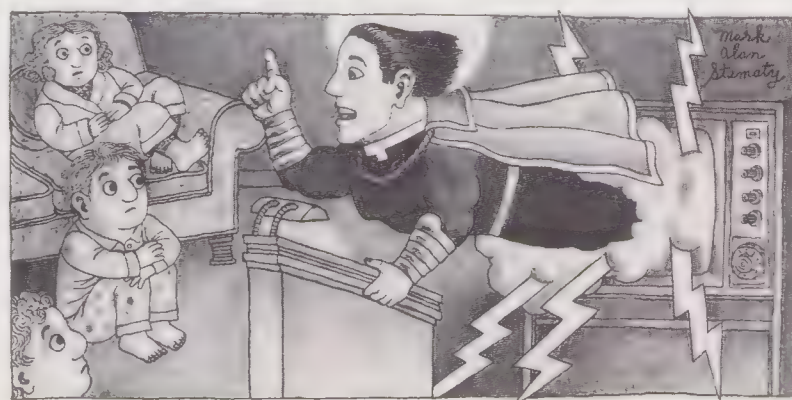
When I think of the strange creatures who inhabit the Stamaty strips, Bosch comes to mind. And his packed crowd scenes have been done by no one before him except Dubout. But he'd not even seen a Dubout until I showed him some a year ago. When he first began freelance cartooning his particular admirations were Grosz, Searle and Feiffer, and certainly he's borrowed nothing from them. As with most great cartoonists, there's no discernible influence; he's simply his own wild, weird and wonderful self. Interestingly enough, he speaks of himself as a writer. He says, 'When I write the strip ...' I have always regarded his contemporary, Crumb, that way—as much a writer as a cartoonist. With each, there's always a plot—however zany—and a sharp and funny use of contemporary language. When I look at a Stamaty crowd scene I think, how rich! How totally new! There's a man with a necktie around his forehead—almost a Stamaty trademark. And there's one with an elephant's trunk instead of a nose, and next to him is the man with the





hippo head! Here's another crowd scene, in a bookstore, and surely only Stamaty could create such titles as *Tall Fish*, *The 7-Minute Walnut Diet*, *Gum-Chewing for Fitness*, and *Know Your Knees*. Mark recently quoted a statement of one of his teachers: 'Most painters have painted only one

picture—Picasso painted four.' Mark has already made more than one contribution to the graphic arts. A book of his *MacDoodle St.* cartoon strip will come out next year. And after that? More books? Posters? Film? Whatever it is, it will be creatively exciting and totally new.



1. Illustration for the Op-Ed page of THE NEW YORK TIMES. Subject: elections in Iowa.
 2. Cover of a children's book by the artist, published by The Dial Press, 1973.
 3. Illustration for an article in NEW YORK magazine about 'preaching' by TV heroes.
-
1. Illustration für die NEW YORK TIMES auf der Seite gegenüber dem Leitartikel, zum Thema «Wahlen in Iowa». Im Staat Iowa wird sehr viel Mais angepflanzt.
 2. Umschlag eines Kinderbuchs des Künstlers, erschienen bei Dial Press, New York, 1973.
 3. Illustration für einen Artikel im Magazin NEW YORK über «Predigten» von Fernsehhelden.
-
- Illustration pour la page Op-Ed du NEW YORK TIMES sur le sujet des élections dans l'Iowa.
1. Couverture d'un livre d'enfants réalisé par l'artiste et publié en 1973 aux Ed. Dial Press.
 2. Illustration pour un article du magazine NEW YORK consacré au ton moralisateur des héros des feuilletons télévisés.

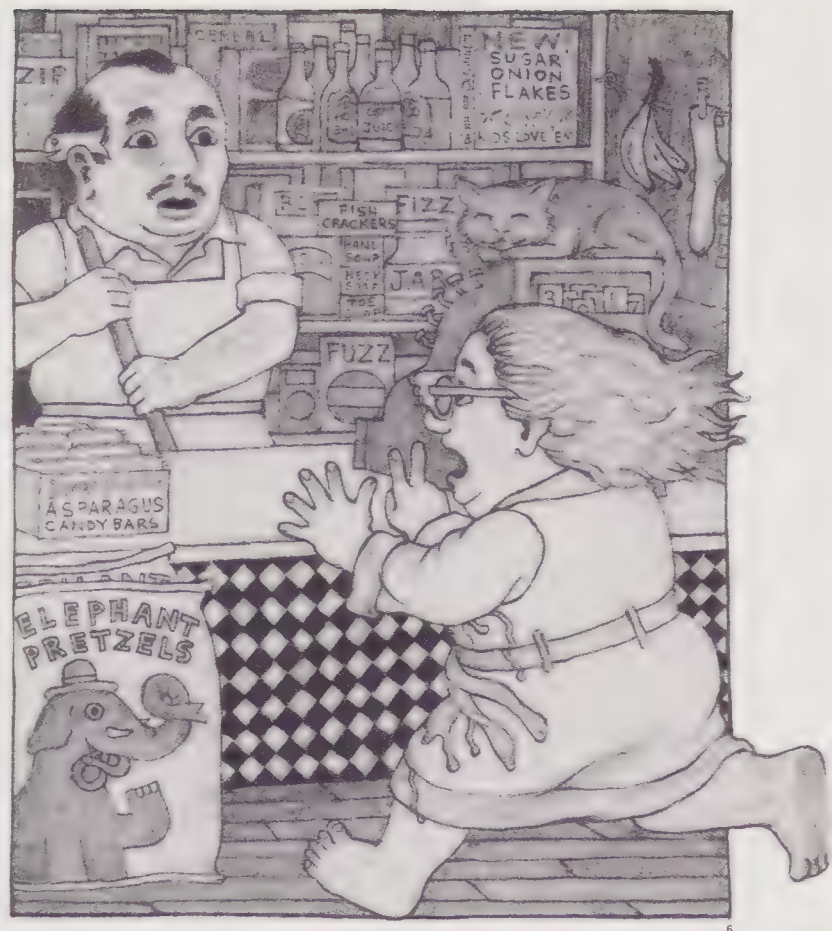


Mark Alan Stamaty

Unter den gerahmten Erinnerungen an meiner Badezimmerwand sind zwei grosse Manila-Umschläge. Einen hat R. Crumb bemalt und an mich adressiert – eine über einer heiteren Landschaft strahlende Sonne. Der andere stammt von Mark Alan Stamaty: ein Flugzeug in der Luft, pilotiert von – raten Sie mal! – einem Pferd natürlich!

Zum erstenmal begegnete ich Mark 1973, kurz nachdem er *Who Needs Donuts?* veröffentlicht hatte. Mein Freund, der Cartoonist Mike Thaler, und ich waren so von dem Buch beeindruckt, dass wir den Künstler einfach kennenlernen mussten. Wir fanden ihn im Telefonbuch von Manhattan. Ich rief ihn also an, sprach ihm meine Bewunderung aus und schlug vor, dass wir uns in meinem Apartment treffen sollten. Er zögerte einen Moment und fragte dann: «Haben Sie eine Katze?» «Nein», antwortete ich. «Ich bin nämlich allergisch», erklärte er. Wir setzten uns zusammen und redeten lang über Karikaturisten und Kinderbücher.

Mark, eine unwahrscheinliche Mischung griechisch-jüdischer Abstammung, wirkt in direkter Begegnung gar nicht witzig. Er ist schüchtern und ernsthaft in der Unterhaltung. Man kann ihn manchmal selbst in seinen Cartoons sehen: der recht grosse, dunkle Mann mit buschigen Augenbrauen, die gerade über seiner Nase zusammenlaufen. Gelegentlich soll er sich jedoch von einem zurückhaltenden Gentleman in einen geradezu übersprudelnd mitteilenden Menschen verwandeln können. Er und der Karikaturist Bill Plympton bilden eine Zwei-Mann-Combo, Bill als Elektrogitarrist und Mark als Sänger, wobei er sich auf Elvis-Presley-Imitationen spezialisiert. Ich erwähnte, dass Mark ernst im Gespräch ist; ich hätte besser sagen sollen, im Monolog. Er ist redegewandt und gleichzeitig verwirrt, besonders dann, wenn er den Versuch macht, seine Vorstellung davon zu erklären, «was es heisst, Künstler zu sein und dabei zu überleben...» Es ist, als sei der Künstler in



5) 6) Full-page illustrations from the children's book *Minnie Maloney & Macaroni*.

7) Example of the *McDoodle St.* comic strips which the artist has been contributing for over two years to the newspaper *THE VILLAGE VOICE*.

ihm ein Fremder, dessen Gegenwart ihn verlegen macht. So als ob er sagen wollte: «Wer ist dieser Kerl, der auf meinen Schultern sitzt?»

Bei den merkwürdigen Geschöpfen, die Stamatys Zeichnungen bevölkern, muss ich an Bosch denken. Und seine Menschenmassenszenen hat vor ihm nur Dubout geschaffen. Aber bis vor einem Jahr, als ich ihm einen zeigte, hatte er noch keinen Dubout gesehen. Am Anfang seiner zeichnerischen Laufbahn bewunderte er besonders Grosz, Searle und Feiffer, hat aber gewiss nichts von ihnen entliehen. Wie bei den meisten grossen Karikaturisten lässt sich bei ihm kein Einfluss erkennen; er ist einfach sein eigenes, wildes, verschrobenes, wundersames Selbst. Interessanterweise spricht er von sich als einem Schriftsteller; er sagt: «Wenn ich den Strip schreibe...» Seinen Zeitgenossen Crumb habe ich immer so gesehen – gleichermassen als Schriftsteller wie als Karikaturist. Bei beiden gibt es immer eine Handlung – wie närrisch auch immer – sowie den bissigen und witzigen Gebrauch der Umgangssprache. Wenn ich mir eine Massenszene von Stamaty ansehe, denke ich: wie köstlich! wie vollkommen neu! Da ist ein Mann mit einem Schlips um die Stirn – fast ein Warenzeichen für Stamaty – und dort einer mit einem Elefantenrüssel an Stelle der Nase, und neben ihm steht der Kerl mit dem Nilpferdkopf! Hier ist eine weitere Massenszene, in einer Buchhandlung, und bestimmt kann nur Stamaty solche Titel erfinden wie: *Hochgewachsene Fische*, *Die 7-Minuten Walnussdiät* und *Erkennen Sie Ihre Knie*. Kürzlich zitierte Mark einen seiner Lehrer: «Die meisten Maler haben nur ein Bild gemalt – Picasso dagegen vier.» Mark hat schon mehr als nur einen Beitrag zur graphischen Kunst geleistet. Ein Buch mit seiner Cartoonserie *MacDoodle St.* kommt nächstes Jahr heraus, und was kommt danach? Mehr Bücher? Plakate? Filme? Was auch immer es sein mag, es wird kreativ, anregend und vollkommen neu sein.

Parmi les souvenirs épinglés aux murs de ma salle de bains, il y a deux enveloppes grand format de papier bulle. L'une m'a été adressée par R. Crumb avec toute une décoration – un soleil souriant de toutes ses dents qui surplombe un paysage de rêve. L'autre est de Mark Alan Stamaty et représente un avion dans le ciel, piloté – tenez-vous bien – par un cheval, bien entendu!

J'ai rencontré Mark pour la première fois peu après qu'il eut publié *Who Needs Donuts?* en 1973. Mon ami le dessinateur d'humour Mike Thaler et moi avions été frappés par ce livre au point de vouloir à tout prix faire la connaissance de l'illustrateur. On eut vite fait de le repérer dans le bottin de Manhattan, MacDougal Street. Puis je l'ai appelé et l'ai invité chez moi après l'avoir complimenté. Il hésita, puis demanda: «Vous avez un chat? – Non. – C'est bien, je suis allergique.» Et c'est comme ça qu'on s'est rencontrés et qu'on a bavardé avec passion des dessinateurs d'humour et des livres pour enfants.

Mark, qui est un mélange réussi de Juif et de Grec, ne fait pas du tout dans le genre spirituel. Il est timide, parle sérieusement. On le voit parfois apparaître dans ses dessins – un homme aux cheveux noirs, trapu, portant lunettes sous d'épais sourcils qui barrent son front comme un peigne. Mais ce timide, me dit-on, peut à l'occasion perdre toute réserve et se muer en exhibitionniste effréné. Avec le caricaturiste Bill Plympton, il a un petit orchestre où il chante à l'accompagnement de la guitare électrique de Bill en imitant Elvis Presley, contorsions comprises. En conversation, c'est plutôt un monologueur. Il aime explorer son «concept d'être un artiste et de survivre en même temps». Il y a comme un dédoublement de sa personnalité, comme si Mark percevait la présence de l'artiste non pas en lui, mais perché sur son épaule et le guidant.

Quand je pense aux êtres bizarres qui hantent les bandes dessinées de Stamaty, le nom de Bosch me vient à l'esprit. Seul Dubout a su créer la même densité de personnages dans un seul dessin; pourtant, Mark ne connaissait pas Dubout avant que je le lui aie montré il y a un an. En s'établissant à son compte, il rêvait de suivre la voie tracée par Grosz, Searle, Feiffer, et pourtant il ne leur a rien emprunté. Comme chez tout grand dessinateur d'humour, il est difficile de déceler une influence quelconque; il est tout simplement lui-même dans sa sauvagerie, sa bizarrerie, sa séduction. Ce qui est assez curieux, c'est qu'il se considère comme un écrivain: «Quand j'écris une bande dessinée...» J'ai toujours pensé, quant à moi, que son contemporain Robert Crumb était autant écrivain que dessinateur d'humour. Chez les deux, il y a toujours un scénario, aussi loufoque soit-il, et l'emploi amusant et à propos du langage contemporain.

Quelle richesse d'invention chez Stamaty! Cette cravate portée en bandeau autour du front, un emblème Stamaty! Et ces titres d'ouvrages chez le libraire! *Tall Fish* (Poissons de haute taille), *The 7-Minute Walnut Diet* (Le Régime de 7 minutes basé sur les noix), *Gum-Chewing for Fitness* (Mâcher du chewing-gum pour rester en forme), *Know Your Knees* (Apprenez à connaître vos genoux), et j'en passe.

Mark aime citer un des profs: «La plupart des peintres n'ont fait qu'un seul tableau – Picasso en a fait quatre.» Mark a déjà apporté au moins une contribution majeure à l'art graphique. Un recueil de ses bandes dessinées *MacDoodle St.* doit paraître au début de l'année prochaine; et après? D'autres livres? Des affiches? Un film? Quoi qu'il en soit, attendons-nous à quelque chose de bigrement excitant sur le plan créateur et à quelque chose d'entièrement nouveau.

5, 6) Ganzseitige Illustrationen aus dem Kinderbuch *Minnie Maloney & Macaroni*.

7) Beispiel des Comic Strip *MacDoodle St.*, wie sie der Künstler seit zwei Jahren im Auftrag der Zeitung THE VILLAGE VOICE ausführt.

5) 6) Illustrations pleine page pour le livre d'enfants *Minnie Maloney & Macaroni*.

7) Exemple des bandes dessinées que l'artiste publie depuis plus de deux ans dans le journal THE VILLAGE VOICE sous le titre de *McDoodle St.*





■ Born and educated in Lucerne, PAUL BRÜHWILER worked in Paris for five years before going to California, where he found jobs with Saul Bass and Charles Eames. He opened his own studio in 1969, receiving many of his commissions from the music industry (see article on him in GRAPHIS 180). Since his return to Switzerland in 1973 he has worked mostly for tourism, the cinema, theatres and television. *Editor*

■ PAUL BRÜHWILER, geboren und ausgebildet in Luzern, arbeitete fünf Jahre lang in Paris, bevor er in Kalifornien bei Saul Bass und Charles Eames tätig war. 1969 gründete er sein eigenes Studio und erhielt zahlreiche Aufträge aus der Musikindustrie (s. Artikel in GRAPHIS 180). Seit seiner Rückkehr in die Schweiz 1973 ist er vorwiegend für den Tourismus, Kino, Theater und Fernsehen beschäftigt. *Redaktion*

■ Né et élevé à Lucerne, PAUL BRÜHWILER travaille cinq ans à Paris avant de partir pour la Californie, où il devient le collaborateur de Saul Bass et de Charles Eames. Indépendant dès 1969, il se met au service de l'industrie du disque (voir notre article dans GRAPHIS 180). Depuis son retour en Suisse en 1973, il travaille surtout pour le tourisme, le cinéma, le théâtre et la télévision. *La Rédaction*

Paul Brühwiler

The name of Paul Brühwiler has been prominent in the otherwise not very exciting Swiss poster production of the last few years. His posters catch the eye and rouse curiosity, so that many people—the present writer included—have been moved to note the artist's name. The City of Zurich authorities and the art gallery have here discovered and encouraged a man whose work stands out above the good but not very inspired national average.

Paul Brühwiler's emergence was no doubt favoured by a period of heightened cultural activity and new artistic policy. The principal institutions and sectors he works for had changed their attitude somewhat after being cold-shouldered by the student movements and pop culture of the late sixties. This development provided the creative leeway that Brühwiler availed himself of. His talent, subservient to no school, no longer shaped by a generation pledged to abstract or concrete art, nor yet undermined by the advertising euphoria of the boom years, seemed ideally suited to a cultural outlook that accepts no all-embracing rules of design. Where there is no dominant style, it is natural to use all means and techniques. The only requirements are clarity of information and its optimum conveyance.

Brühwiler does not simply apply his design know-how to the job in hand. He begins by looking round for a pictorial idea, which can then be

carried out with any of a wide spectrum of techniques. The variety of Brühwiler's invention corresponds to the pluralistic atmosphere of an art scene in which there is no general consensus of opinion. In the comparatively free ambiance of the cultural poster, which to the individualist Brühwiler is the only medium in which creativity can be exercised today without undue material restrictions, there is still a chance to work with the liberty of approach to which the pioneers of the twenties once aspired. Brühwiler resumes their formal vocabulary and their experimental spirit and frequently uses both collage and montage. His posters are never reduced to signs, they depend on the interpenetration of various media and planes of reality. Applied art, and the poster in particular, can regain a new level of quality in this way, no longer embodying mere function, but a measure of artistic expression.

Brühwiler's work consequently does not convince only by optical brilliance and perfection, which are taken for granted today, but by appealing to the observer on the same level as the artistic performance that is being advertised. At his best he succeeds in conveying to the public the multiformity and exclusivity of highly complex artistic works, such as Shakespeare's *Timon of Athens* staged by Peter Brook, and in doing this with the simple expedients and uncomplicated appeal that befit genuine 'art of the street'.

In der nicht sehr aufregenden Schweizer Plakatproduktion der vergangenen Jahre fiel der Name Paul Brühwiler auf. Er stach hervor, indem manche – ich zähle dazu – seine Plakate von so nah und neugierig in Augenschein nahmen, um sich diesen Graphiker zu merken. Die Präsidialabteilung der Stadt Zürich und das Zürcher Kunsthaus hatten offenbar einen Mann entdeckt und gefördert, dessen Schaffen sich vom zwar guten, aber erfindungsarmen Durchschnitt sichtbar abhob.

Paul Brühwilers Erfolg wurde zweifellos von einer Phase gesteigerter kultureller Aktivität und einer Neuorientierung der künstlerischen

Tätigkeit begünstigt. Alle seine wichtigen Arbeitsgebiete und deren Institutionen hatten, nach den Protestbewegungen der späten sechziger Jahre, eine Öffnung vollzogen. Diese Entwicklung garantierte jenen schöpferischen Spielraum, den Brühwiler zu nutzen wusste. Nicht mehr von einer Generation geprägt, deren gestalterisches Kredo mit der abstrakt-konkreten Kunst verbunden war, und nicht dem indifferenten Werbeboom der Hochkonjunktur ausgesetzt, scheint die von keiner «Schule» bestimmte Begabung Brühwilers in idealer Weise einem kulturellen Bewusstsein zu entsprechen, das keine allgemein verbindli-

chen gestalterischen Regeln zu akzeptieren bereit ist. Wo kein «Stil» dominiert, wird die Verwendung sämtlicher Mittel und Techniken selbstverständlich – es gelten allein die alten Forderungen nach Klarheit der Information und ihrer optimalen Vermittlung.

Bei Brühwiler wird demnach nicht mehr ein gestalterisches «Know-how» auf den zu vermittelnden Gegenstand appliziert, sondern am Anfang steht die Suche nach einer Bildidee, zu deren Realisierung eine uneingeschränkte Fülle von Mitteln zur Verfügung steht. Die Varietät von Brühwilers Erfindungen entspricht dabei dem pluralistischen Stand einer Kunstproduktion, die selber auf keinen verbindlichen Konsens mehr zu verpflichten ist. Im relativen Freiraum des kulturellen Plakats vermag sich noch etwas von jener Aufhebung der Gattungen und neuen Medienvielfalt zu verwirklichen, welche die Pioniere der zwanziger

Jahre anstrebten. Brühwiler greift dieses formale Vokabular und den experimentellen Geist wieder auf. Seine Plakate sind nie zeichenhaft, sie leben von der Durchdringung verschiedener Medien- und Wirklichkeitsebenen. Angewandte Kunst, und insbesondere das Plakatschaffen, kann so eine entscheidende Qualität zurückgewinnen: nicht nur Funktion, sondern selber künstlerischer Ausdruck zu sein.

So überzeugt Paul Brühwilers Schaffen nicht allein durch heute selbstverständlich gewordene optische Brillanz und Perfektion, sondern den eingelösten, hohen Anspruch, den Rezipienten auf der Ebene des ihn erwartenden künstlerischen Ereignisses anzusprechen. In seinen besten Leistungen gelingt es ihm, die Vielschichtigkeit und Exklusivität von Kunstmanifestationen sehr komplexer Art mit spielerischem Anreiz als echte «Strassenkunst» an die Öffentlichkeit zu vermitteln.

La production affichiste suisse n'a rien eu de très exaltant ces dernières années, sauf quant à faire connaître le nom de Paul Brühwiler, dont les créations ont attiré l'attention de plus d'un professionnel – et j'en suis – séduit par le style inventif d'un artiste à qui l'Hôtel de Ville de Zurich et le Musée des beaux-arts de la même ville semblent avoir fait confiance à juste titre pour diverses commandes d'art graphique.

Ce succès, Paul Brühwiler le doit certes en partie au paysage actuel de la création artistique en Suisse, où les activités culturelles se font plus nombreuses et où, dans les domaines qui lui sont chers, le mouvement contestataire de la fin des années 60 a provoqué de la part des institutions établies une ouverture d'esprit tout à fait favorable à la marge de manœuvre dont un artiste du rang de Brühwiler a besoin s'il veut s'affirmer en créateur. Brühwiler échappe au conditionnement de la génération qui ne jurait que par les catégories abstrait/concret de l'art; en

même temps, il bénéficie du reflux d'une conjoncture axée jadis sur le tout-venant publicitaire. Ainsi, cet artiste inféodé à aucune école semble convenir plus que tout autre à une prise de conscience culturelle qui tend à rejeter en bloc tous les canons formels traditionnels. Faute de canons stylistiques, tous les moyens et techniques peuvent être employés

1) 2) Page and spread, both in full colour, from the 1972 annual report of the Californian computer company CalComp. The figures have been mounted into the photographic compositions.
3) Spread from the CalComp 1973 annual report, alluding to a client in the food branch.

1) 2) Seite und Doppelseite, beide farbig, aus dem Jahresbericht 1972 der kalifornischen Computerfirma CalComp. Die Figuren wurden in die photographische Komposition hineinmontiert.
3) Doppelseite aus dem CalComp-Jahresbericht 1973; Anspielung auf die Nahrungsmittelbranche.

1) 2) Page et double page, toutes deux polychromes, du rapport annuel 1972 de la société d'informatique californienne CalComp. Les personnages ont été montés dans les compositions photo.
3) Double page du rapport annuel 1973 de la CalComp; référence à un client alimentaire.



1



2



3

Photographers | Fotografen | Photographes:

- 5) WETTSTEIN + KAUF
- 6) PAUL BRÜHWILER
- 7) S. ANDRES

- 4) Trademark for Screen Gems, EMI Music.
- 5) Poster for an exhibition of Indian playing cards in Zurich. Dull yellow elephants on red plate, dark brown ground.
- 6) Poster announcing a showing of films in Zurich. Dark brown film strip on black, type matter silver.
- 7) Poster announcing a showing of films from Africa and Asia, organized with the support of the City of Zurich.
- 8) Poster for a performance of Shakespeare's *Timon of Athens* presented in French in Zurich.
- 9) Poster for an exhibition in Zurich Art Gallery of Surrealist painting and of graphic work by Max Ernst.
- 10) Poster announcing a retrospective of the films of Rudolf Thome in Zurich. Blue, mauve, black and white.
- 11) Cover of a self-promotion brochure.

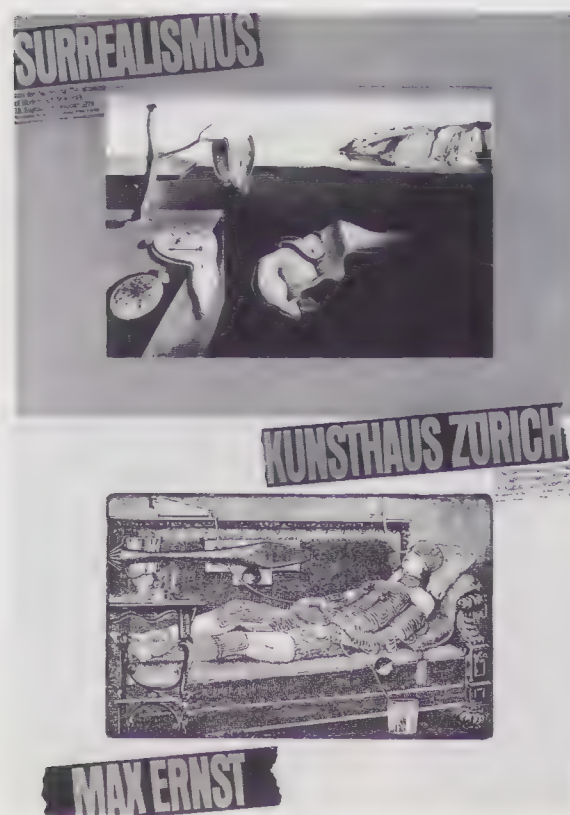
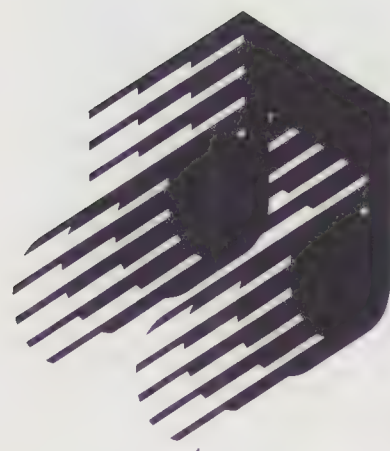
- 4) Firmensignet für Screen Gems, EMI Music.
- 5) Plakat für die Ausstellung *Indische Spielkarten* in Zürich. Mattgelbe Elefanten auf rotem Teller, dunkelbrauner Hintergrund.
- 6) Plakat für das Film Podium, Zürich, mit Hinweis auf verschiedene Vorführungen. Dunkelbrauner Filmstreifen auf Schwarz, Schrift silberig.
- 7) Plakat mit Ankündigung eines Programms mit Filmen aus Afrika und Asien, organisiert von der Kulturabteilung der Stadt Zürich.
- 8) Plakat für eine französischsprachige Aufführung von Shakespeares *Timon von Athen* in Zürich.
- 9) Plakat für eine Ausstellung surrealistischer Malerei und Graphik des Künstlers Max Ernst im Kunsthaus Zürich.
- 10) Plakat mit Ankündigung einer Retrospektive der Filme von Rudolf Thome in Zürich. Blau, mauve, schwarz und weiss.
- 11) Umschlag einer Eigenwerbungsbrochure.



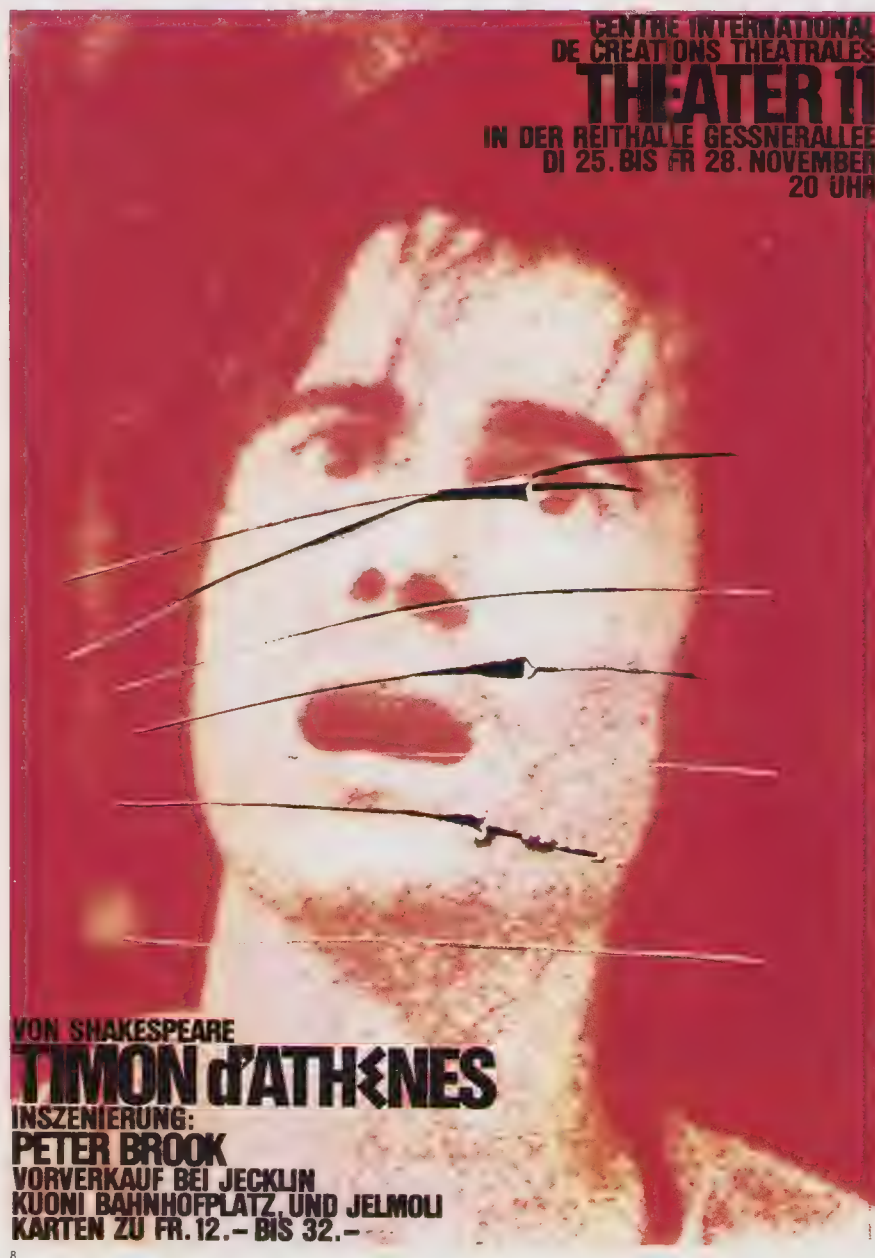
5



6



- 4) Marque déposée pour Screen Gems, EMI Music.
- 5) Affiche pour une exposition de cartes à jouer indiennes à Zurich. Eléphants jaune mat sur plateau rouge, fond brun foncé.
- 6) Affiche pour des projections de films à Zurich. Pellicule brun foncé sur fond noir, caractères en argent.
- 7) Affiche pour des projections de films africains et asiatiques organisées avec le soutien des autorités municipales zurichoises.
- 8) Affiche pour une représentation de *Timon d'Athènes* de Shakespeare en français à Zurich.
- 9) Affiche pour une exposition de peinture surréaliste et de l'œuvre gravé de Max Ernst au Musée des beaux-arts de Zurich.
- 10) Affiche annonçant une rétrospective des films de Rudolf Thome à Zurich. Bleu, mauve, noir, blanc.
- 11) Couverture d'une brochure autopromotionnelle.



librement à condition de rechercher la clarté de l'information et d'en optimiser la transmission à l'utilisateur.

Brühwiler n'applique donc plus un savoir-faire prédéterminé à l'objet de la communication visuelle, mais se met en quête d'un concept imagé qu'il traite en puisant dans l'arsenal pluraliste des techniques de production modernes. L'affiche culturelle se prête éminemment à ce libre-parcours entre les genres et les médias, en conformité avec les idées des pionniers des années 20, dont le vocabulaire formel et l'esprit d'expérimentation renaissent dans les créations du Lucernois. Ses affiches ne sont jamais réductibles à des signes, bien au contraire: elles prennent vie au cœur de l'échangeur culturel où s'étagent les différents niveaux des médias et du réel. L'art appliqué, particulièrement sous sa forme affichiste, peut ainsi récupérer l'une de ses qualités essentielles: l'incarnation d'un désir d'expression artistique intrinsèque au-delà de sa fonction utilitaire.

C'est ainsi que la production de Paul Brühwiler ne séduit pas seulement par l'excellence visuelle et la perfection technique auxquelles il nous a accoutumés, mais aussi en satisfaisant à un très haut niveau l'attente du public face à l'événement artistique qui lui est annoncé. Dans ses meilleures œuvres, il réussit à transposer sur la voie publique, à l'intention de M. Tout-le-monde, l'expérience réelle de la complexité et de l'exclusivité de manifestations culturelles sophistiquées en jouant comme sur du velours de l'élément ludique inhérent à la fois à un «art de la rue» bien entendu et à ses consommateurs.

- 12) Poster for a retrospective of the films of F. W. Murnau presented in Zurich.
- 13) Poster for an exhibition in Zurich Art Gallery: America in the 1920's and 1930's.
- 14) Poster for an Orson Welles retrospective organized by a Zurich film club. Grey and black with eyes in pure white and red-yellow frame.
- 15) Poster for an Andy Warhol exhibition in Zurich Art Gallery.
- 16) Poster announcing a showing of films based on the detective novels of Raymond Chandler, organized by a film club for the City of Zurich.
- 17) Poster for a Swiss film based on a story by Gottfried Keller.
- 18) Poster announcing a showing of films by Luis Buñuel.

- 12) Plakat für eine in Zürich gezeigte Retrospektive der Filme von F. W. Murnau.
- 13) Plakat für die Ausstellung *Amerika 1920-1940* im Kunsthau Zürich.
- 14) Plakat für eine Orson-Welles-Retrospektive, organisiert von einem Zürcher Film-Club. Grau und schwarz mit leuchtendweissen Augen und rot-gelbem Rahmen.
- 15) Plakat für eine Andy-Warhol-Ausstellung im Kunsthau Zürich.
- 16) Plakat, das auf die Vorführung von Filmen nach Kriminalromanen von Raymond Chandler aufmerksam macht, ermöglicht durch Vermittlung eines Zürcher Filmclubs.
- 17) Plakat für den Schweizer Film *Der Landvogt von Greifensee*, der auf einer Novelle von Gottfried Keller basiert.
- 18) Plakat, das auf die Vorführung von Filmen von Luis Buñuel aufmerksam macht.

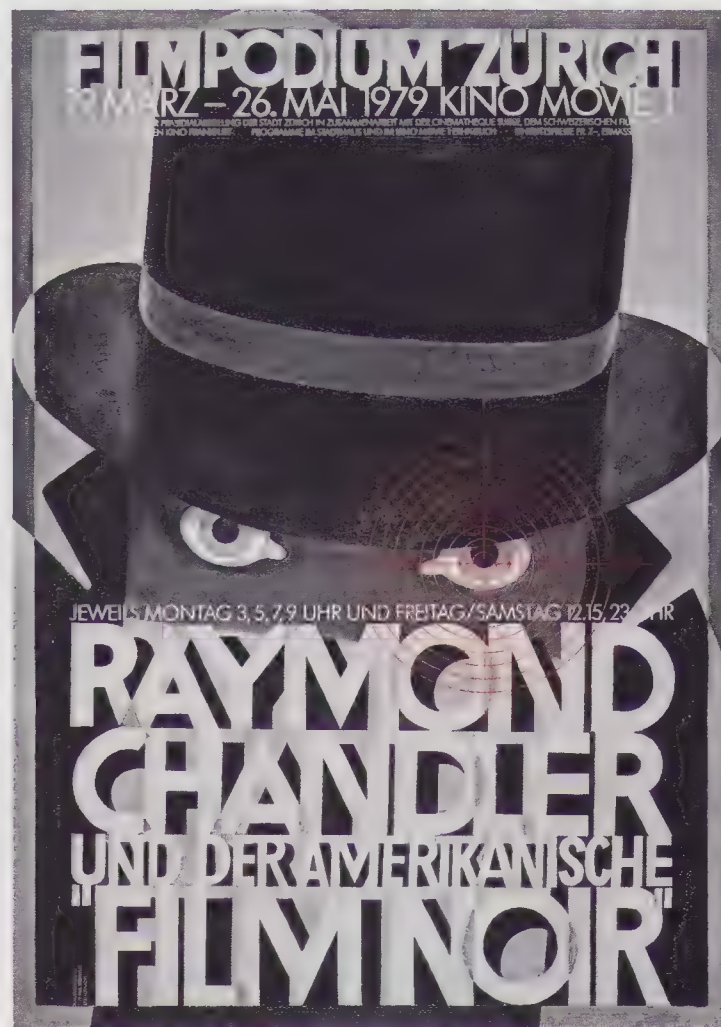
- 12) Affiche pour une rétrospective des films de F. W. Murnau à Zurich.
- 13) Affiche pour une exposition au Musée des beaux-arts de Zurich: L'Amérique des années 1920 et 1930.
- 14) Affiche pour une rétrospective Orson Welles organisée par un ciné-club zurichois. Gris et noir, yeux blanc éclatant, cadre jaune et rouge.
- 15) Affiche pour une exposition d'Andy Warhol au Musée des beaux-arts de Zurich.
- 16) Affiche annonçant un festival de films inspirés des romans policiers de Raymond Chandler, organisé par un ciné-club pour la ville de Zurich.
- 17) Affiche pour un film suisse inspiré d'un récit de Gottfried Keller.
- 18) Affiche annonçant un festival Luis Buñuel.



12



140



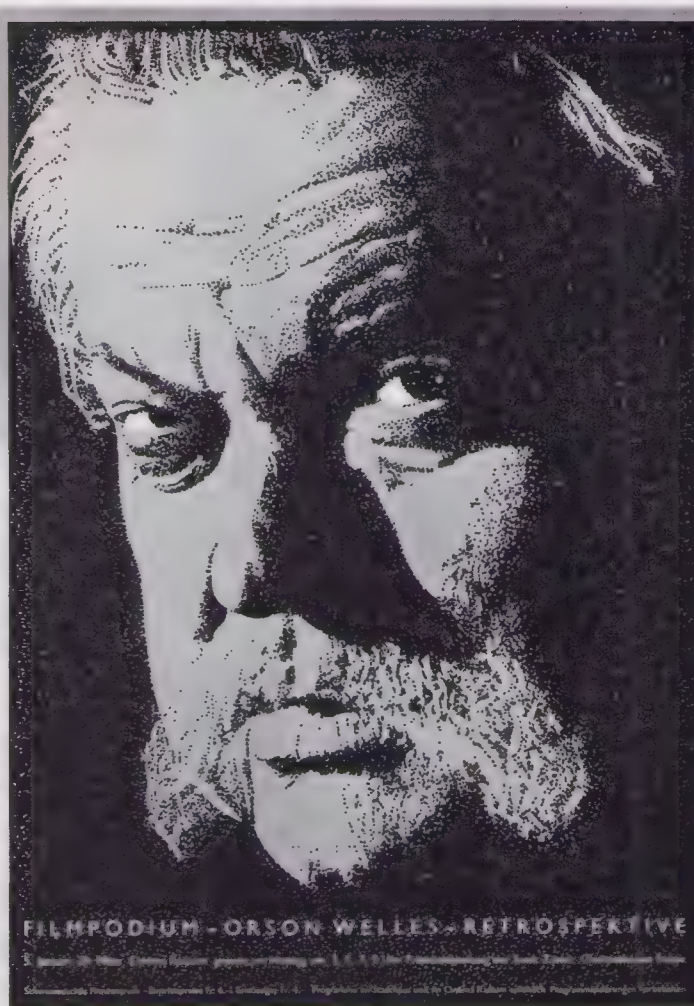
16

24. Aug. - 28. Okt. 1979

[illegible]

13

1920-1940 KUNSTHAUS ZÜRICH



14

Neuverlei von Gottfried Kollo – **Das Film** von **Walter Bolliger** mit **Christine Dörmeling, Silke Dittmer, Adolf Amst, Brigitte Furler, Pauline Larnau, Laura Trotter, Aldo Vall, Christian Kuhlmann** / **Kamer**: **Armando Nannetti** / **Musik**: **Apollonius**
Eine Produktion der Confor-Film Zürich in Kooperation mit dem Schweizer Fernsehen, NDR Hamburg, SDRK, Bern, DRF, E-Schweiz Zürich

Der Vogel von Landvogt von Greifensee



9

LUIS BUÑUEL

FILMPODIUM ZÜRICH
7 JAN - 16 FEB 1980
KINO MOVIE 1



18

19)–22) Four posters issued by the airline *Swissair* to promote tourism in Switzerland, with shots by a Japanese photographer. Their motifs are the sgraffiti on Engadine houses, the closeness of green fields and snowy summits, and the sports of skiing acrobatics and bobsledding.

23) Poster listing the museums of Zurich. Blue and red squares, with map and title in yellow and white type matter.

24) Cover of a novel by Françoise Dorin published in Switzerland by Ex Libris.

25) Poster announcing an exhibition conceived by Charles and Ray Eames on the lives of Franklin and Jefferson, a contribution to the American Bicentennial, also shown in Paris.

26) Map of Switzerland forming part of a large folder listing numerous less-known museums in Switzerland. It was issued by the Swiss National Tourist Office.

19)–22) Von der *Swissair* zur Förderung des Fremdenverkehrs in der Schweiz herausgegebene Plakate, mit Aufnahmen eines japanischen Photographen. Die Motive sind: Sgraffiti an Engadiner Häusern, die Nähe von grünen Wiesen und schneebedeckten Berggipfeln, die beiden Sportarten Skiakrobatik und Bobfahren.

23) Plakat, worauf alle Museen von Zürich erwähnt sind. Blaue und rote Quadrate, Landkarte und Titel in Gelb, weisse Schrift.

24) Umschlag eines Romans von Françoise Dorin, in der Schweiz von Ex Libris verlegt.

25) Plakat für eine von Charles und Ray Eames gestaltete und auch in Paris gezeigte Ausstellung über die Welt der amerikanischen Präsidenten Franklin und Jefferson. Anlass dazu war die amerikanische Zweihundertjahrfeier 1976.

26) Landkarte der Schweiz als Teil eines Faltprospekts der Schweizerischen Verkehrszentrale mit Angaben über «originelle Museen».

19)–22) Quatre affiches publiées par la compagnie aérienne *Swissair* pour promouvoir le tourisme en Suisse; les sujets sont d'un photographe japonais: sgraffites sur une maison en Engadine, champs verts avoisinant les neiges éternelles, ski acrobatique et course de bobsleigh.

23) Affiche énumérant les musées zurichois. Carrés bleus et rouges, carte et titre jaunes, typographie en blanc.

24) Couverture d'un roman de Françoise Dorin publié en Suisse aux Editions Ex-Libris.

25) Affiche annonçant une exposition à Paris, organisée par Charles et Ray Eames sur la vie de Benjamin Franklin et de Thomas Jefferson à l'occasion du Bicentenaire américain en 1976.

26) Carte de Suisse figurant sur un dépliant au grand format donnant la liste de nombreux musées peu connus en Suisse. Publication de l'Office National Suisse du Tourisme.



19



20



21



22

Art Director | Directeur artistique:

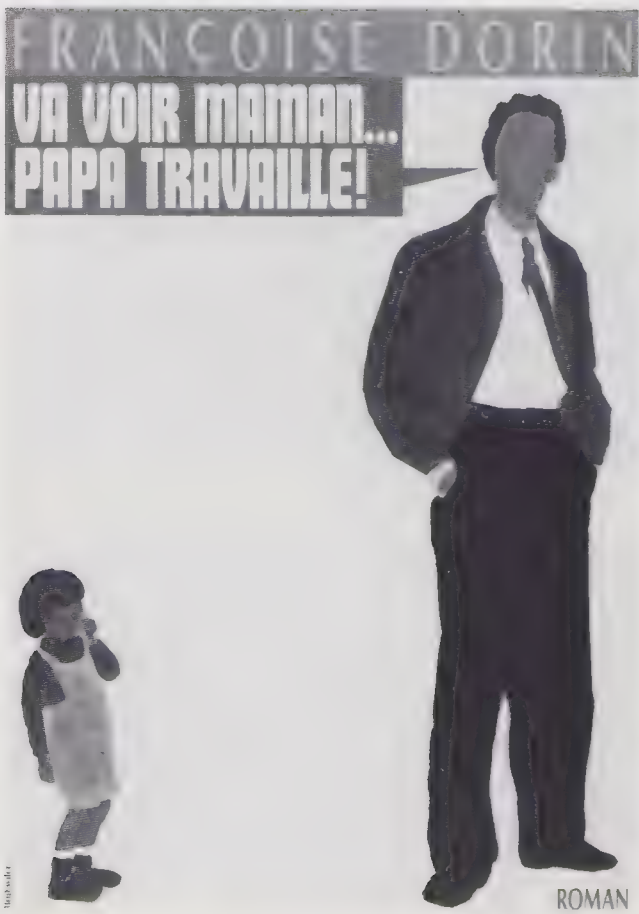
19)-22) FRITZ GIRARDIN

Photographer | Photograph | Photographe:

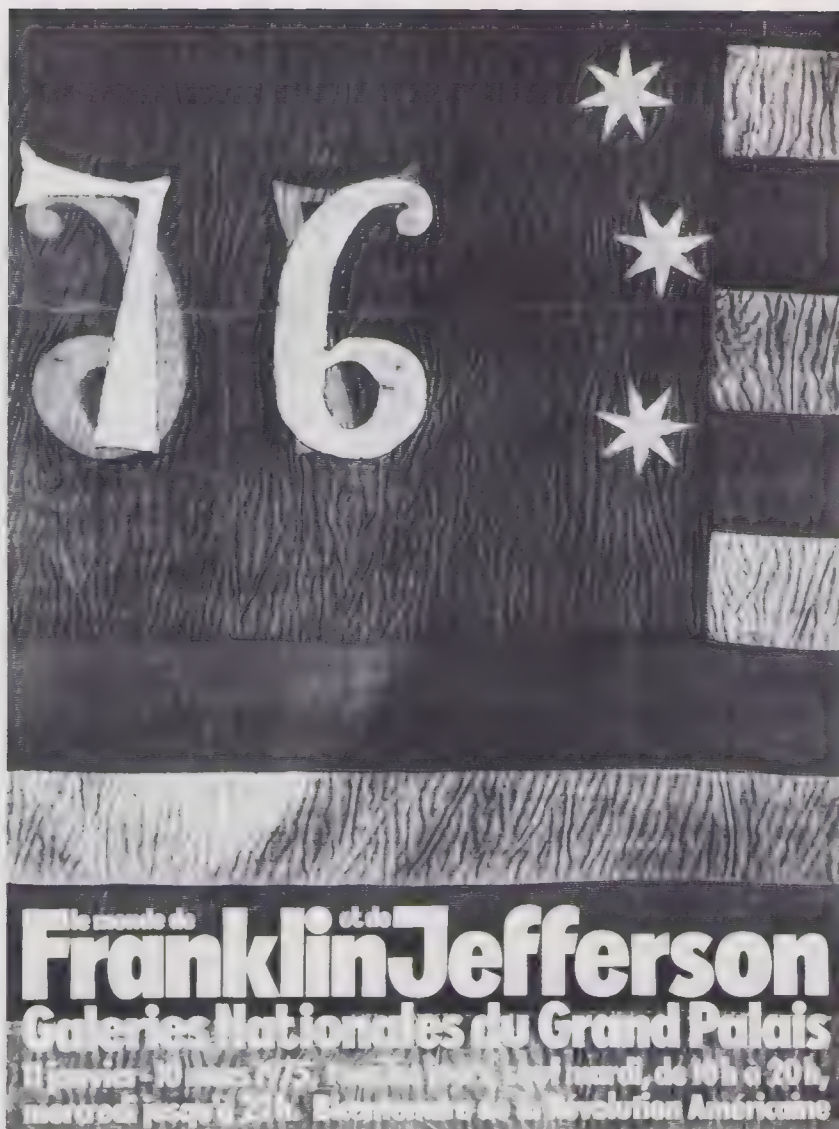
19)-22) KAZUJUKI KITAMURA



23



24



25



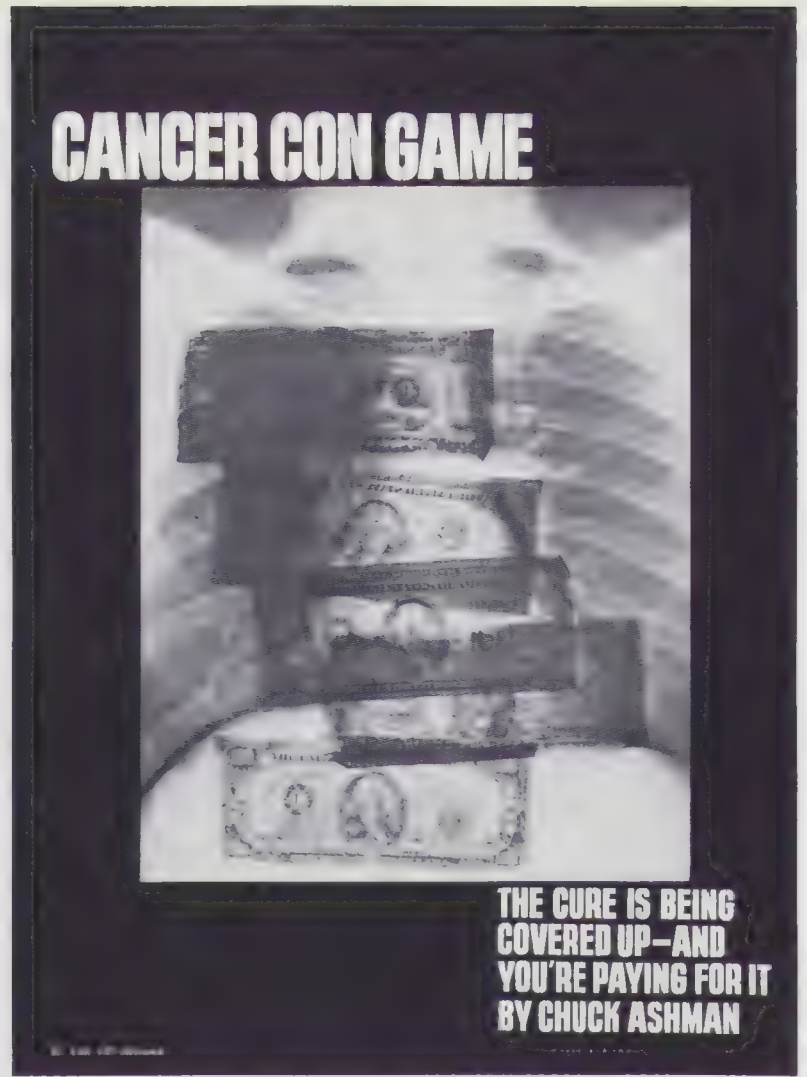
26



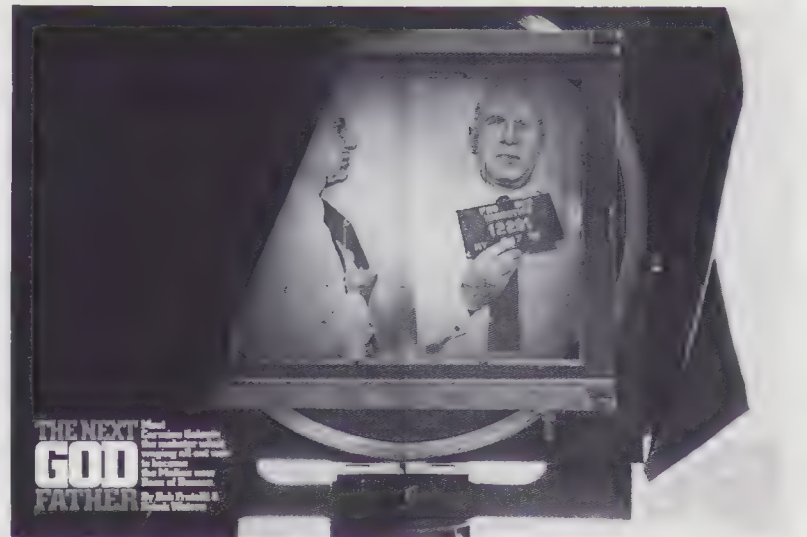
27



29



28



30

27)–30) Brühwiler was for a time art director of the American men's magazine *CHIC*. Here a photograph he took for a full-page illustration to an excerpt from Nixon's memoirs, a title-page for an article on the money that is wasted in cancer research, a double spread showing an array of bound and shackled film stars, and another spread opening an article about the fierce competition for the post of next boss of the Mafia.
 31) Cover of a *United Artists* record of the humour of Woody Allen. Red-brown with black lettering. Art Director: Norman Seeff.
 32) Cover of a CBS record of songs by the PS group. Photo by Paul Brühwiler.
 33) Cover of a CBS record of the Tarot group. Colour photo by Paul Brühwiler.
 34) Cover of a CBS record of songs in Swiss dialect. Photo by Paul Brühwiler.
 35)–40) Examples of slides announcing programmes on Swiss television. Titles of the features: Fig. 35, 'Marriage, Italian Style'; Fig. 36, 'Doug Henning's World of Magic'; Fig. 37, 'Blue Max'; Fig. 38, 'The Board'; Fig. 39, 'The Stranger on the Train'; Fig. 40, 'Air to Live'.

27)–30) Während einiger Zeit war Brühwiler Art Director des Herren-Magazins *CHIC*. Hier eine Aufnahme, die er für eine ganzseitige Illustration zu einem Auszug aus den Nixon-Memoiren machte, eine Titelseite für einen Artikel über das in der Krebsforschung vergeudete Geld, eine Doppelseite mit gefesselten und gequälten Filmstars, und eine weitere Doppelseite aus einem Artikel über den Wettlauf um die Position des nächsten Bandenchefs der Mafia.
 31) Hülle einer *United-Artists*-Schallplatte mit dem Komiker Woody Allen. Rotbraun mit schwarzer Schrift. Art Director: Norman Seeff.
 32) Hülle einer CBS-Schallplatte über Songs der PS-Gruppe. Photo von Paul Brühwiler.
 33) Hülle einer CBS-Schallplatte der Tarot-Gruppe. Farbphoto von Paul Brühwiler.
 34) Hülle einer CBS-Schallplatte mit Liedern in Schweizer Dialekt. Photo von Paul Brühwiler.
 35)–40) Beispiele von Dias mit Hinweisen auf Filmprogramme am Schweizer Fernsehen. Die Titel werden gesamthaft einmal pro Woche, meistens am Montag vor den Abendnachrichten, ausgestrahlt und vereinzelt jeweils direkt vor dem jeweiligen Programm wiederholt.



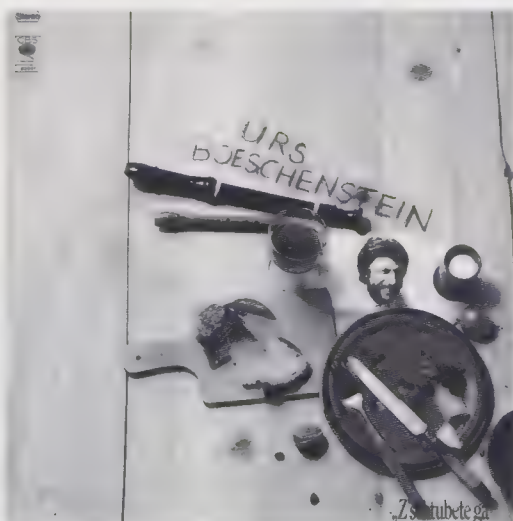
31



32



33



34

27)–30) Brühwiler a exercé un temps les fonctions de directeur artistique du magazine masculin CHIC. Voici une de ses photos, utilisée comme illustration pleine page pour un extrait des mémoires de Nixon, une page de titre pour un article sur l'argent gaspillé dans la recherche anticancéreuse, une double page montrant les vedettes du cinéma ligotées et enchaînées, et la double page initiale d'un article sur la surenchère que se livrent les candidats au poste de nouveau patron de la Mafia.

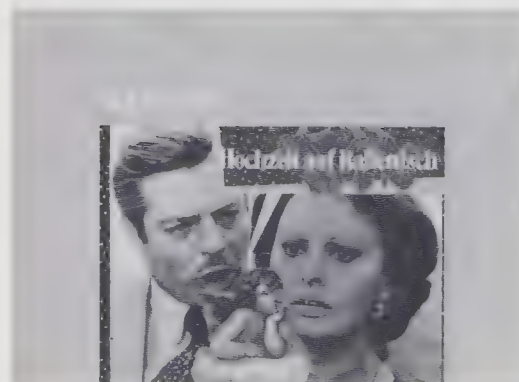
31) Pochette d'un disque humoristique de Woody Allen produit par *United Artists*. Brun rouge, texte noir. Directeur artistique: Norman Seeff.

32) Pochette d'un disque CBS de chansons du groupe PS Corporation. Photo: Paul Brühwiler.

33) Pochette d'un disque CBS du groupe Tarot. Photo couleur par Paul Brühwiler.

34) Pochette d'un disque CBS de chansons en dialecte suisse alémanique. Photo: Paul Brühwiler.

35)–40) Exemples de diapos pour l'annonce de programmes à la télévision suisse: 35) «Mariage à l'italienne»; 36) «Le Monde magique de Doug Henning»; 37) «Max bleu»; 38) «La Planche»; 39) «L'Etranger dans le train»; 40) «De l'air pour vivre».



35



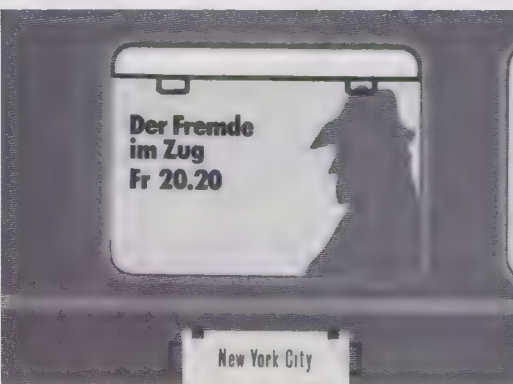
36



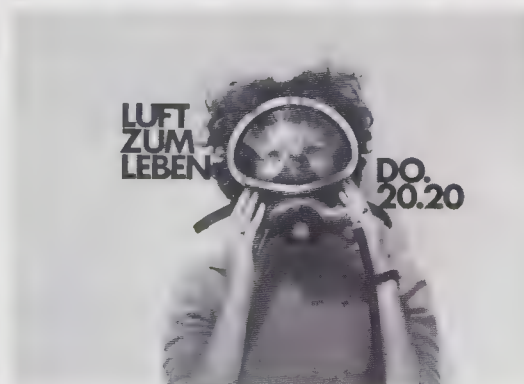
37



38



39



40

Postage Stamp Design in West Germany

Briefmarken-Design in der Bundesrepublik Deutschland

La conception des timbres-poste en République fédérale

Richard Roth

[Deutscher Text: Seite 148]
[Texte français: page 184]

Designers | Gestalter | Graphistes:

1)–4) 9) 11) 12) 14) HELLA & HEINZ SCHILLINGER
5) GÜNTHER JACKI
6)–8) OTTO ROHSE
10) FRITZ HAASE
13) 18) KARL OSKAR BLASE
15) ELISABETH VON JANOTA-BZOWSKI
16) ERWIN POELL
17) PETER LORENZ

■ Like the poster, though on a miniature scale, the postage stamp has become an art medium in its own right. To the delight of philatelists and designers, this tiny area of functional utility has been thrown open to the visual communicator. Hardly any national occasion or jubilee can now pass without the issue of a commemorative stamp, or even a block of stamps of different values. Big and small, upright and horizontal, stamps come in swarms, the paper butterflies of a business age. We present here a selection from West Germany. *Editor*

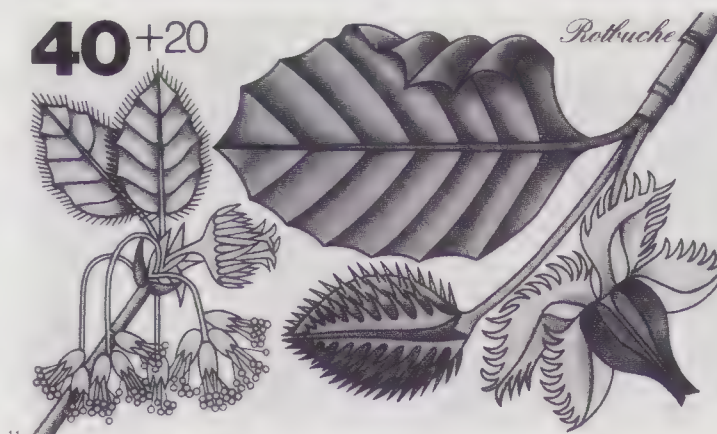
■ Gleich dem Plakat, aber in viel kleinerem Massstab, ist die Briefmarke zu einem eigenständigen künstlerischen Ausdrucksmittel geworden. Zum Entzücken von Philatelisten und Graphikern ist diese Miniaturfläche funktionaler Nützlichkeit in die Domäne der visuellen Kommunikation vorgerückt. Kaum ein nationales Ereignis oder Jubiläum geht vorbei, ohne dass eine Erinnerungsmarke oder sogar ein Block mit verschiedenen Postwertzeichen herausgegeben wird. Gross und klein, in Hoch- oder Querformat, erscheinen Briefmarken in Schwärmen, wie Papierschmetterlinge unseres Geschäftszeitalters. Wir präsentieren hier eine Auswahl aus der BRD. *Redaktion*

■ Tout comme l'affiche, mais à très petite échelle, le timbre-poste est devenu un moyen d'expression artistique per se. Pour le plus grand plaisir des philatélistes et des designers, cette mini-surface fonctionnelle et utilitaire est entrée dans le champ des communications visuelles. Il n'y a guère d'événement national ou de commémoration qui ne s'accompagne d'un timbre spécial, voire d'un bloc de timbres de différente valeur. Grands et petits, en long et en large, les timbres emplissent notre horizon à la manière de papillons, les papillons de papier d'un âge voué au business. En voici une sélection puisée aux sources de la RFA. *La Rédaction*

1)–4) From a series of stamps with line drawings, here Aachen (enlargement in Fig. 1), Oberammergau and Heligoland; 5) 13) commemorative stamps for the poets Mörike and Heine; 6)–8) architectural heritage (Rothenburg o.T., Alsfeld), with enlargement; 9) 10) youth stamps; 11) 12) welfare stamp (copper beech), with enlargement; 14) for the environment; 15) for the telephone centenary; 16) Parliament of Europe; 17) for sports; 18) for 'handicrafts, tradition, progress'.

1)–4) Aus einer Briefmarkenserie mit Strichzeichnungen, hier Aachen (Vergrößerung: Abb. 1), Oberammergau, Heligoland; 5) 13) Erinnerungsmarken für die Dichter Mörike und Heine; 6)–8) architektonisches Erbe (Rothenburg o.T., Alsfeld), mit Vergrößerung; 9) 10) Jugendmarken; 11) 12) Wohlfahrtsmarke (Blutbuche), mit Vergrößerung; 14) für den Umweltschutz; 15) 100 Jahre Telefon; 16) Europa-Parlament; 17) für den Sport; 18) für «Handwerk, Tradition, Fortschritt».

1)–4) Exemples d'une série de dessins au trait: Aix-la-Chapelle (agrandissement: fig. 1), Oberammergau, Heligoland; 5) 13) timbres commémoratifs: les poètes Mörike et Heine; 6)–8) le patrimoine architectural (Rothenburg o.T., Alsfeld), avec un agrandissement; 9) 10) série jeunesse; 11) 12) bienfaisance (hêtre rouge), agrandissement; 14) l'environnement; 15) centenaire du téléphone; 16) parlement européen; 17) sport; 18) «artisanat, tradition, progrès».



Originally a kind of receipt showing that payment had been made for the mailing of letters to which they were attached, postage stamps have assumed many other functions in the course of their history. They very soon became collectors' items, with values that were fairly stably fixed by their rarity, and they were not infrequently used to replace small change. And governments realized that if they carried pictures of famous men or women or of epoch-making achievements they might very well speak their piece in honour of the nation of issue.

In the early years of the postage stamp in the past century, their principal graphic features were figures indicating their value and the national insignia. Their character of official papers was thus clearly expressed. The printing crafts were still intact, and their firm typographic and aesthetic principles produced the unexceptionable graphic designs of the classical era of the postage stamp. But in the course of the years there was a steady multiplication of their motifs, and they were used for purposes that tended to make them less minute vouchers than pretty little pictures. As the countries became aware that the collector's passion could be a source of profit, and that charities, sports and other causes could be financed by adding an increment to the basic value, demands were soon being made on postage stamps that could hardly be fulfilled with plain figures or simple symbols.

In the fifties, when the Federal Republic of Germany was looking round for new points of departure, the German Postmaster-General set up an advisory council on design problems to assist him with the issue of stamps, which were needed in ever larger numbers. The council comprises six established graphic designers (they are in the majority, and the chairman is elected from their number) together with members of the Federal Parliament and the President of the philatelists' association. A so-called programme council selects the subjects in advance, the design council discusses the possible artistic treatment and recommends a number of artists (usually five to ten) who would have the best qualifications for the task. Projects are then prepared, and a new session is called to decide which of them is to be executed. Over 150 artists have been invited to submit projects in the last few years, and new talents are continually being recruited, especially among the younger generation. Many of the subjects present considerable difficulty and require new ideas for their successful execution. As the Federal printing establishment offers a wide range of printing methods, from web letterpress to offset and copperplate gravure, new experiments are continually being made in the technical domain. The stamps shown here have been printed, for instance, by copperplate gravure (Fig. 29) or gravure combined with lithography (Fig. 7).



Briefmarken, ursprünglich nur zur Bezahlung der Beförderungskosten eines Briefes erfunden, haben im Verlauf ihrer Geschichte vielfältige neue Aufgaben erhalten. Abgesehen davon, dass sie schon sehr frühzeitig zum Sammelobjekt mit, je nach Seltenheit, sozusagen börsenmässig fixierten Werten wurden, dienten sie häufig auch als Kleingeldersatz. Man erkannte, dass sie mit der Darstellung berühmter Männer und Frauen, historischer oder wissenschaftlicher Leistungen, zur staatlichen Repräsentation verwendet werden können.

In den Jugendjahren der Briefmarke, im 19. Jahrhundert, gab es nur Ziffern- bzw. landesherrliche Wappenmarken. Der Wertpapiercharakter der Marke kam deutlich zum Ausdruck. Eine damals noch intakte handwerkliche Druckkunst mit festen typographischen und ästhetischen Grundsätzen führte zu einwandfreien graphischen Lösungen, zur Klassik der Briefmarke. Immer mehr folgte jedoch eine zügellose Ausuferung der Motive. Man mutete dem kleinen Papierchen Aufgaben zu, die vom Wertzeichen weg und zum Bildchen hinführen mussten. Da die Staaten ausserdem erkannten, dass die Sammelleidenschaft gutes Geld in die Kassen brachte, dass mit Zuschlägen zum eigentlichen Beförderungswert Wohltätigkeitsverbände, Sport und manches andere finanziert werden konnten, kamen auf die Briefmarken Forderungen zu, die mit Symbolen allein kaum zu lösen sind.

In den 50er Jahren, als die Bundesrepublik Deutschland auf allen Gebieten einen Neuanfang suchte, stellte der damalige Bundespostminister zu seiner Unterstützung bei der Herausgabe der in immer grösserer Zahl notwendigen Briefmarken den sogenannten Beirat für die künstlerische Formgebung der deutschen Bundespost zusammen. Neben sechs bekannten Graphikern, die die Mehrheit bilden und auch den Vorsitzenden stellen, gehören Mitglieder des Bundesparlaments und der Präsident des Philatelistenverbandes dem Beirat an. Vorher schon wählt ein sogenannter Programmbeirat die Themen aus, der Kunstbeirat bespricht die Gestaltungsmöglichkeiten und empfiehlt eine Anzahl Künstler (ca. 5 bis 10). Aus den eingesandten Entwürfen wird in einer neuen Sitzung die Marke ausgewählt, die zur Ausführung gelangt. Schon über 150 Künstler sind in den vergangenen Jahren zum Wettbewerb eingeladen worden und immer kommen neue, vorzugsweise jüngere dazu. Die zahlreichen, oft schwer lösbaren Themen bedingen immer wieder neue künstlerische Lösungen. Da die Reproduktionsmöglichkeiten der Bundesdruckerei vom Rollen-Buchdruck über den Offsetdruck bis zum Stichtiefdruck reichen, werden auch von der drucktechnischen Seite her immer wieder neue Experimente möglich. Die wiedergegebenen Originalentwürfe sind einmal für Stichtiefdruck (z. B. Abb. 29), einmal für Stichtiefdruck-Offset kombiniert (z. B. Abb. 7) geschaffen.



German Postage Stamps
Deutsche Briefmarken
Timbres-poste allemands

19) For the international labour organizations; 20) for Baron Münchhausen; 21) 22) youth stamps; 23) 24) 30) 35) welfare stamps; 25) 26) 28) stamps commemorating Bishop von Ketteler, von Grimmelshausen and R. A. Schröder; 27) for a Stamp Day; 29) for Konrad Adenauer; 31) for the Post Museum; 32) for a Church Day; 33) for fire-fighting squads; 34) 41) 42) for Christmas 1972 and 1978, with a special issue for philatelists; 36) 37) 40) stamps for Martin Buber, Ricarda Huch and Dr. Eisenbarth; 38) 39) for the cathedrals of Lübeck and Ulm; 43)–46) a block for the Sapporo Olympics; 47)–50) for Klopstock, Dante, Thomas a Kempis and Wilhelm Hauff.

19) Für die internationalen Arbeitsorganisationen; 20) Baron Münchhausen; 21) 22) Jugendmarken; 23) 24) 30) 35) Wohlfahrtsmarken; 25) 26) 28) zur Erinnerung an Bischof von Ketteler, von Grimmelshausen und R. A. Schröder; 27) Tag der Briefmarke; 29) Konrad Adenauer; 31) für das Postmuseum; 32) für einen Kirchentag; 33) für die Feuerwehr; 34) 41) 42) Weihnacht 1972 und 1978, mit Spezialausgabe für Philatelisten; 36) 37) 40) Marken für Martin Buber, Ricarda Huch und Dr. Eisenbarth; 38) 39) für die Kathedralen von Lübeck und Ulm; 43)–46) Block für die Olympischen Spiele in Sapporo; 47)–50) für Klopstock, Dante, den Mystiker Thomas von Kempis und Wilhelm Hauff.

19) Pour les organisations syndicales internationales; 20) baron Münchhausen; 21) 22) série jeunesse; 23) 24) 30) 35) bienfaisance; 25) 26) 28) timbres évoquant le souvenir de l'évêque von Ketteler, de Grimmelshausen, de R. A. Schröder; 27) Journée du Timbre; 29) Konrad Adenauer; 31) musée postal; 32) Journée des Eglises; 33) pompiers; 34) 41) 42) Noël 1972 et 1978, avec une émission philatélique spéciale; 36) 37) 40) en commémoration de Martin Buber, de Ricarda Huch, du Dr Eisenbarth; 38) 39) cathédrales de Lübeck et d'Ulm; 43)–46) bloc pour les Jeux de Sapporo; 47)–50) pour les poètes Klopstock, Dante, le mystique Thomas a Kempis et Wilhelm Hauff.

Frohe
Weihnachten
für alle



Designers / Gestalter / Graphistes:

- 19) BRUNO K. WIESE
- 20) 35) GYORGY STEFULA
- 21) 22) PAUL FROITZHEIM
- 23) 24) 27) 30) HELLA & HEINZ SCHILLINGER
- 25) PETER STEINER
- 26) 28) GÜNTHER JACKI
- 29) 31) 48) KARL HANS WALTER
- 32) EDUARD EGL
- 33) HANS FÖRTSCH/SIGRID VON BAUMGARTEN
- 34) EUGEN MAX CORDIER
- 36) 37) GERD ARETZ
- 38) 39) HERBERT KERN
- 40) HOLGER BÖRNSSEN
- 41) 42) WOLFGANG FLECKHAUS
- 43)–46) KOHEI SUGIURA
- 47) EDUARD J. SAUER
- 49) MICHAEL MAHLSTEDT
- 50) ELISABETH VON JANOTABZOWSKI



STA

100

Alastair Allen

[Deutscher Text: Seite 153]
[Texte français: page 154]

SOCIETY OF TYPOGRAPHIC ARTS (CHICAGO)

■ Readers may have noticed that the Society of Typographic Arts in Chicago disappeared in 1978 from the list of organizations participating in the Chicago design shows that we have featured in these pages for some time past. In that year the STA hosted the ICOGRADA congress that took place in Chicago and was devoted to the subject of Design That Works; and as part of the welcome to national and international guests coming to Chicago on that occasion, the STA carried through its first STA 100 show. This was such a success that it was repeated in 1979, and a few of the outstanding exhibits from this second show are reproduced here. The title of STA 100 was chosen because the judges are asked to select, as nearly as possible, one hundred items from those submitted. *Editor*

The design atmosphere of Chicago is not the same as that of New York, any more than is that of the third American cultural agglomeration, the West Coast with Los Angeles as its metropolis. Chicago, representing the Middle West, is always supposed to nurture a certain inferiority complex in its relations with New York; it has always been several degrees tougher (it is still living down its gangster history) and more open to the harsh winds of economic necessity. But it would be quite wrong to overlook its tradition in the design field. It was to Chicago that the Bauhaus came when it was driven out of Europe, with Moholy-Nagy at its head. Here the cause of what is known as Swiss design has also been long and honourably upheld. And several sources of absolutely first-class design (such as the Container Corporation of America) and illustration (pre-eminently PLAYBOY) have continued to keep Chicago well to the fore in the domain of visual communications.

The Society of Typographic Arts was founded in Chicago in 1927. It did a good deal from the first to sustain high standards of graphic art and to further the educational facilities offered to local typographers and designers. It sponsored a number of 'Print in Chicago' exhibitions, and later took part in those organized by Communications Collaborative, Inc. To mark its fiftieth anniversary it mounted an exhibition entitled 'Fifty Years of Graphic Design in Chicago: 1927-1977', and in the following year it greeted the participants in the ICOGRADA Congress (which it sponsored) by staging its first STA 100 show. The philosophy behind this show is that 'small is good, and smaller is better'. The number 100 in fact declares its intention of restricting exhibits to approximately this limit.

The three judges of the 1979 show were James Miho, perhaps best known for his association with the brilliant Imagination series for Champion Papers; Robert Overby, who combines design with fine art and is at present involved in a large corporate identity programme for Toyota; and Norman Perman, a past president of the STA, whose annual reports for leading corporations and textbook designs for Scott-Foresman have won him a solid reputation. Each judge first viewed all entries

■ Unsere Leser werden bemerkt haben, dass die Society of Typographic Arts, Chicago, seit 1978 nicht mehr unter den Teilnehmer-Organisationen der Chicago-Design-Show figuriert, über die wir in unseren Spalten regelmässig berichteten. Damals war die STA Gastorganisation des ICOGRADA-Kongresses in Chicago, der dem Thema «Design That Works» (Design, das funktioniert) gewidmet war; als Teil des Programms für die in- und ausländischen Gäste führte die STA ihre erste STA 100 Show durch. Der Erfolg war so gross, dass die Ausstellung 1979 ein zweites Mal veranstaltet wurde. Wir zeigen hier einige der bemerkenswertesten Arbeiten daraus. Die Bezeichnung STA 100 wurde gewählt, weil die Juroren aufgefordert werden, von den eingesandten Arbeiten möglichst genau hundert Exponate auszuwählen. *Redaktion*

and collected those he thought worthy of retention. In a second round each judge selected the best items from his colleagues' choices, thus producing a muster of work chosen by at least two judges. From this the three judges together finally picked the 100 or so exhibits which were by general consent the best of the year.

All exhibits are reproduced in a catalogue which cites, in addition to the credits, the comments of the judges. The contest is incidentally not restricted to the Chicago area but is international in scope, and the entries in fact came from all over the USA and Canada.

Designers have long been complaining that they cannot find the time to go through all the design show annuals that are now appearing across the United States and in most other countries, and in this sense it is no doubt a pity that the offerings from Chicago should have undergone this new fragmentation. One of the results of this proliferation of shows and publications is that the more outstanding pieces crop up again and again, till familiarity breeds, if not contempt, at least boredom. Another is that bigger design studios better equipped to submit work to multiple contests almost automatically get a wider coverage. Perhaps this proliferation, if it goes far enough, will be its own undoing. For the moment we can only go on presenting the best work, whatever its provenance.

- 1) Double spread from a brochure about veterinary drugs made by Abbott Laboratories.
- 2) Double spread from the 1978 annual report of Kit Manufacturing, housing suppliers.
- 3) Title-page photograph for the NATIONAL GEOGRAPHIC MAGAZINE.
- 4) Full-page illustration facing the opening of a feature in PLAYBOY about the motives of Robert Kennedy's secretive assassin, Sirhan.

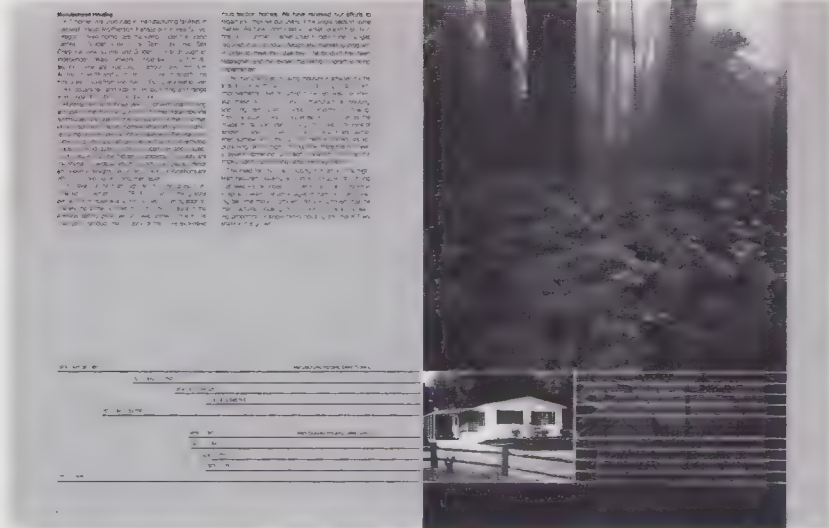
- 1) Doppelseite aus einer Broschüre über Arzneimittel für die Veterinär-Medizin.
- 2) Doppelseite aus dem Jahresbericht 1978 eines Herstellers vorfabrizierter Häuser.
- 3) Photographische Titelseite für das NATIONAL GEOGRAPHIC MAGAZINE, Ausgabe Januar 1979.
- 4) Ganzseitige Illustration gegenüber der Eröffnungsseite eines Artikels in PLAYBOY über den sich in Stillschweigen hüllenden Mörder Robert Kennedys, Sirhan.

- 1) Double page d'une brochure sur les remèdes vétérinaires des Laboratoires Abbott.
- 2) Double page du rapport annuel 1978 de Kit Manufacturing, constructeurs de maisons.
- 3) Photo de titre pour le NATIONAL GEOGRAPHIC MAGAZINE.
- 4) Illustration pleine page en regard du début d'un article de PLAYBOY étudiant les motifs secrets qui ont amené Sirhan à assassiner Robert Kennedy.



1

■ Nos lecteurs auront remarqué que la Society of Typographic Arts de Chicago n'a pas figuré, depuis 1978, parmi les organisations participant à l'exposition de design de Chicago dont nous rendons régulièrement compte dans ces colonnes. En effet, cette année-là, la STA recevait le congrès de l'ICOGRA à Chicago consacré au «Design That Works» (le design qui fonctionne) et organisait en guise d'accueil des visiteurs nationaux et étrangers sa première exposition STA 100. Le succès en a été tel qu'une 2^e exposition STA 100 a vu le jour en 1979; nous en reproduisons ici certains travaux parmi les plus remarquables. STA 100 doit son titre au fait que les membres du jury sont invités à choisir un nombre aussi proche de 100 que possible de travaux exceptionnels dignes d'être exposés. *La Rédaction*



0

Art Directors / Directeurs artistiques:

- 1) WILLIAM J. LLOYD
- 2) JOHN ANSELMO / TOM LOMBARDI
- 3) HOWARD E. PAINE
- 4) ARTHUR PAUL

Designers / Gestalter / Maquettistes:

- 1) WILLIAM J. LLOYD
- 2) JOHN ANSELMO / TOM LOMBARDI
- 3) HOWARD E. PAINE
- 4) KERIG POPE

Artist / Künstler / Artiste:

- 4) ERALDO CARUGATI

Photographers / Fotografen / Photographes:

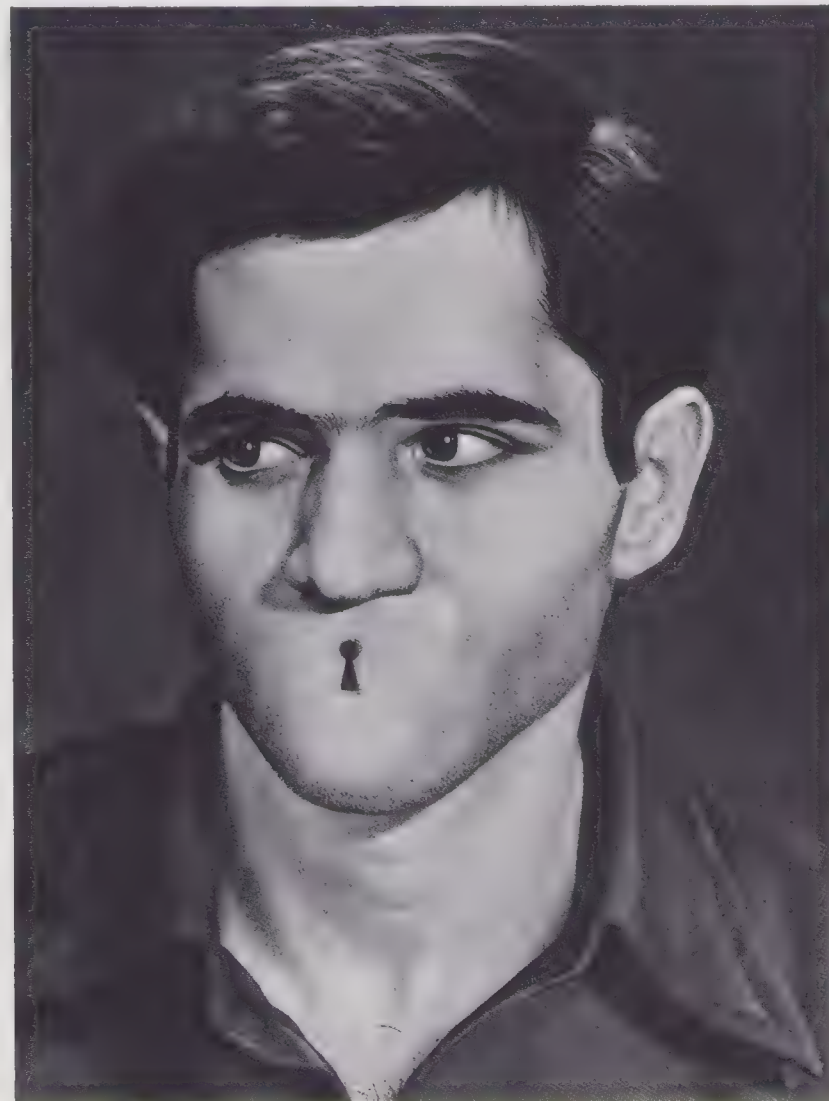
- 1) DAN MORRILL
- 2) BRENT BEAR
- 3) FRED WARD

Agencies / Agenturen / Agences:

- 1) LLOYDESIGN ASSOCIATES
- 2) JOHN ANSELMO DESIGN ASSOCIATES, INC.



3



4

Art Directors / Directeurs artistiques:

- 5) ARTHUR PAUL
- 6) JEFF BARNES
- 7) CYNTHIA ANDERSON
- 8) KERRY BIERMAN

Designers / Gestalter / Maquettistes:

- 5) LEN WILLIS
- 6) JEFF BARNES
- 7) CYNTHIA ANDERSON
- 8) KERRY BIERMAN

Artists / Künstler / Artistes:

- 5) KINUKO CRAFT
- 7) BRAD HOLLAND
- 8) KERRY BIERMAN / CYNTHIA ANDERSON

Photographers / Photographen / Photographes:

- 6) KAZU STUDIO
- 8) BILL BENOIT

Agency / Agentur / Agence:

- 7) CYNTHIA ANDERSON DESIGN

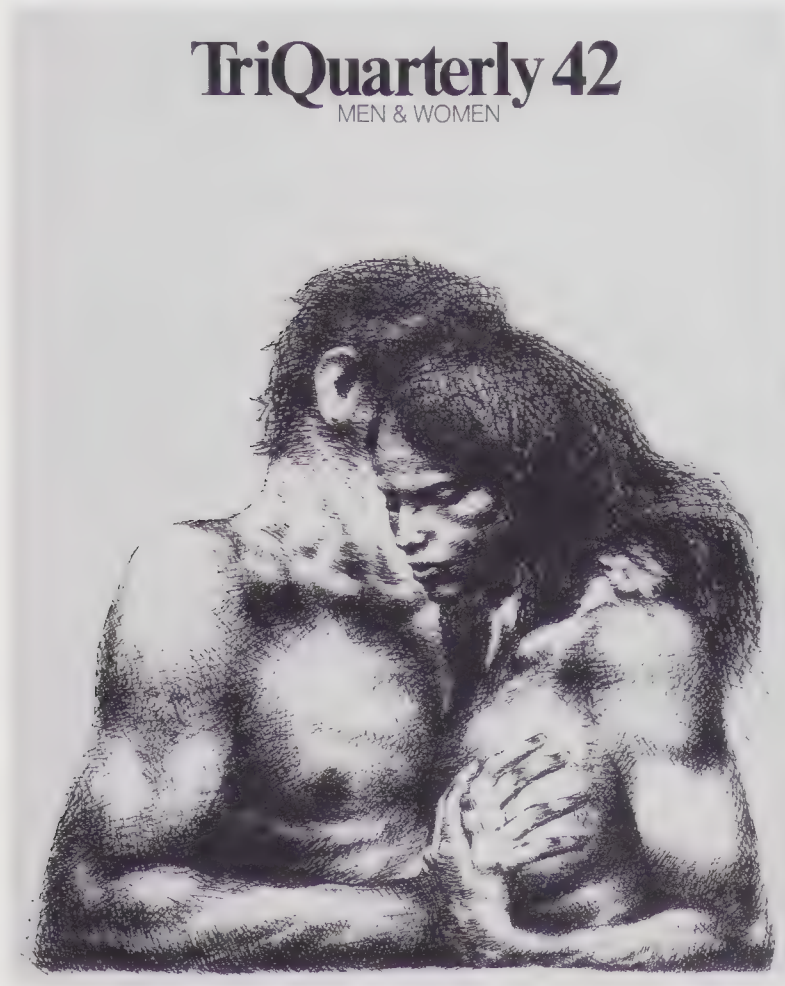
- 5) Colour illustration to a feature published in PLAYBOY magazine.
- 6) Cover of an agenda of the Container Corporation for the fruit and vegetable branch.
- 7) Cover of an issue of the journal TRIQUARTERLY devoted to 'Men and women'.
- 8) Cover of the 1978 annual report of the American Hospital Supply Corporation. Full colour.

- 5) Farbillustration für einen Artikel im PLAYBOY-Magazin über zwölf angehende Laienrichter.
- 6) Umschlag einer Agenda der Container Corporation für die Früchte- und Gemüsebranche.
- 7) Umschlag des Journals TRIQUARTERLY (Frühling 1978) zum Thema «Männer und Frauen».
- 8) Umschlag des Jahresberichts 1978 der American Hospital Supply Corporation. Mehrfarbig.

- 5) Illustration couleur pour un article du magazine PLAYBOY.
- 6) Extrait d'une publication de la Container Corporation pour le commerce des fruits et légumes.
- 7) Couverture d'un numéro du magazine TRIQUARTERLY consacré à «Hommes et Femmes».
- 8) Couverture du rapport annuel pour 1978 de l'American Hospital Supply Corporation.



5



8



Die Design-Atmosphäre von Chicago unterscheidet sich von der New Yorks ebenso wie von derjenigen des dritten amerikanischen kulturellen Zentrums, der Westküste mit ihrer Metropole Los Angeles. Chicago repräsentiert den Mittelwesten und nährt deshalb angeblich eine Art Minderwertigkeitskomplex gegenüber New York, was damit zusammenhängt, dass es in dieser Stadt immer etwas härter zuging (die Gangster-Vergangenheit der Stadt will bewältigt sein) und bei schlechtem Geschäftsgang immer ein eisiger Wind wehte. Aber es wäre falsch, ihre Tradition im Bereich des Designs zu übersehen. Als das Bauhaus aus Europa vertrieben wurde, kam es, geleitet von Moholy-Nagy, nach Chicago. Auch das sogenannte Schweizer Design ist hier lange und ehrenhaft vertreten worden. Verschiedene Quellen erstklassigen Designs (etwa die Container Corporation of America) und der Illustration (insbesondere PLAYBOY) haben Chicago an der Spitze visueller Kommunikation gehalten.

Die Society of Typographic Arts wurde 1927 in Chicago gegründet. Sie hat von Anfang an viel dazu beigetragen, das hohe Niveau der graphischen Kunst zu wahren und Ausbildungsmöglichkeiten für ortsansässige Typographen und Designer zu fördern. Sie hat eine Reihe Ausstellungen zum Thema «Graphik in Chicago» durchgeführt und sich später an den von Communications Collaborative Inc. organisierten Ausstellungen beteiligt. Zum fünfzigjährigen Bestehen richtete sie die Ausstellung «Fünfzig Jahre Graphik-Design in Chicago: 1927-1977» ein und begrüßte im folgenden Jahr die Teilnehmer des bei ihr Gastrecht genießenden ICOGRADA-Kongresses mit der ersten STA-100-Ausstellung, hinter der der Gedanke stand: «Klein ist gut, kleiner ist besser». Tatsächlich bedeutet die Zahl 100, dass die Auswahl der Exponate auf ungefähr diese Anzahl begrenzt ist.

Die drei Juroren der Ausstellung von 1979 waren James Miho,

vielleicht am bekanntesten für seine Mitarbeit an den brillanten «Imagination»-Heften für Champion Papers, Robert Overby, der Design und bildende Kunst vereint und derzeit an einer grossen Imagekampagne für Toyota arbeitet, und Norman Perman, ein ehemaliger Präsident der STA, dessen Jahresberichte für führende Firmen und die Lehrbuch-Gestaltung für Scott-Foresman ihm einen soliden Ruf eingebracht haben. Jeder Preisrichter sah zuerst alle Einsendungen durch und wählte die aus, die er für zeigenswert hielt. Im zweiten Durchgang wählte jeder Preisrichter die besten unter den von seinen Kollegen ausgewählten Stücken aus. Aus diesen von mindestens zwei Personen selektionierten Exponaten bestimmten alle drei dann die rund 100 nach gemeinsamer Ansicht besten Arbeiten des Jahres.

Alle Exponate sind im Katalog abgebildet, der neben den Urhebernamen auch die Kommentare der Juroren wiedergibt. Der Wettbewerb ist übrigens nicht auf Chicago begrenzt, sondern international angelegt, und so kamen dafür Beiträge aus ganz USA und aus Kanada.

Designer klagen schon seit langem, dass sie nicht die Zeit finden, all die Kataloge von Design-Ausstellungen durchzusehen, die alljährlich in den USA und anderen Ländern erscheinen, und in diesem Sinn ist es zweifelsohne schade, dass die Angebote aus Chicago sich dieser neuerlichen Aufsplitterung unterzogen haben. Eine Folge der Vielzahl von Ausstellungen und Veröffentlichungen ist, dass die herausragenden Stücke wieder und wieder auftauchen, bis man ihrer schier überdrüssig wird. Eine andere Folge ist, dass grössere Design-Studios, die besser darauf eingestellt sind, Arbeiten bei Wettbewerben einzureichen, fast automatisch weitere Verbreitung und grössere Beachtung finden. Vielleicht birgt diese Ausstellungsvermehrung den Kern eines Schrumpfungsprozesses. Wir zeigen indessen die besten Arbeiten, woher sie auch immer kommen.



9) 10) Complete cover and double spread from the 1977 annual report of The Hongkong and Shanghai Banking Corporation, containing an article on the local textile industry.

11) Gatefold spread from a booklet on Romanek-Golub & Company, architects.

12) 13) Complete cover of the photography magazine CLOSE-UP published by the Polaroid corporation, and detail of the photograph.

9) 10) Kompletter Umschlag und Doppelseite aus dem Jahresbericht 1977 der Hongkong and Shanghai Banking Corporation, mit einem Artikel über die lokale Textilindustrie.

11) Doppelseite mit Auslegerseite aus einer Werbemappe des Architekturbüros Romanek-Golub.

12) 13) Kompletter Umschlag des Photomagazins CLOSE-UP, herausgegeben von der Polaroid Corporation, und Detail der Aufnahme.

9) 10) Couverture complète et double page du rapport annuel pour 1977 de la Hongkong and Shanghai Banking Corporation, où l'on trouve un article sur l'industrie textile locale.

11) Encart sur double page dans une brochure sur les architectes Romanek-Golub & Cie.

12) 13) Couverture complète du magazine photo CLOSE-UP publié par la Polaroid Corporation, et détail de la photo.

L'ambiance du design n'est pas la même à Chicago qu'à New York, pas plus que celle du troisième épicerie culturelle américain, la côte pacifique avec sa métropole Los Angeles. Chicago, représentatif du centre-ouest, nourrirait, dit-on, un complexe d'infériorité permanent à l'égard de New York. La vie y est plus dure – souvenir peut-être des exploits révolus de ses gangsters –, et l'on y est plus réceptif au vent frais qui souffle sur l'économie ces temps-ci. Pourtant, ce serait une erreur de ne pas tenir compte de la tradition de design dont la métropole du lac Michigan s'enorgueillit à juste titre. C'est à Chicago que se réfugia le Bauhaus avec Moholy-Nagy à sa tête quand il fut jugé indésirable en Allemagne. Et c'est aussi à Chicago que le design dit suisse a eu des interprètes de renom durant une longue et brillante histoire. Et plusieurs sources de design vraiment exceptionnel (p. ex. la Container Corporation of America) et d'illustration de toute première qualité (surtout PLAYBOY) permettent à Chicago de continuer à occuper l'avant-scène des communications visuelles.

La Society of Typographic Arts, fondée à Chicago en 1927, a œuvré avec succès pour instaurer dès le début un niveau élevé de création graphique et procurer aux typos et graphistes locaux des moyens de formation continue. C'est ainsi qu'elle patronna diverses expositions «Print in Chicago», puis se joignit à celles de Communications Collaborative, Inc. Pour son 50^e anniversaire, elle réalisa l'exposition «Fifty Years of Graphic Design in Chicago: 1927-1977» (50 années d'art graphique à Chicago) et lança l'année d'après, à l'occasion du congrès d'ICOGRADA qu'elle accueillait dans sa bonne ville, sa première exposition STA 100. Le principe en est: «Ce qui est petit est bon, ce qui est plus petit est encore mieux», d'où l'idée de n'admettre qu'une centaine de travaux méritoires.

Les trois membres du jury 1979 étaient James Miho, que l'on connaît surtout pour sa participation à la spectaculaire série Imagination de Champion Papers; Robert Overby, spécialiste du design et des beaux-arts actuellement engagé dans un vaste programme d'image globale de marque pour Toyota; et Norman Perman, ancien président de la STA, projeté à l'avant-scène par ses rapports annuels pour les grandes sociétés et ses maquettes de manuels pour Scott-Foresman. Chacun des trois opéra d'abord sa sélection personnelle, puis se prononça sur le choix de ses collègues, ce qui eut pour effet de dégager un consensus d'au moins deux membres du jury par œuvre choisie. Puis, les trois experts déterminèrent en commun les cent meilleurs travaux de l'année.

Tous ces cent chefs-d'œuvre sont regroupés dans un catalogue où sont énumérés les auteurs, ainsi que les commentaires du jury. Le concours n'est du reste pas restreint à la participation locale, mais ouvert aux artistes américains et étrangers, canadiens notamment.

Les designers se plaignent depuis longtemps de ne plus trouver le temps de consulter tous les annuels produits à l'occasion d'expositions de design à travers les Etats-Unis et les autres pays du monde. En ce sens, il est certainement à regretter que la production artistique de Chicago se soit fragmentée une fois de plus. Cette prolifération d'expositions et de publications a évidemment pour résultat de mettre en vedette, à plus d'une reprise, les mêmes travaux sortant de l'ordinaire, ce qui risque de créer l'ennui. Et puis, les grands studios mieux pourvus en moyens de participation à un grand nombre de concours sont automatiquement représentés plus fortement qu'il ne siérait. Pour l'instant, nous ne pouvons toutefois faire mieux que de présenter les meilleures créations de design, quelle que soit leur provenance.

STA 100 (Chicago)

Art Directors | Directeurs artistiques:

- 9) 10) HENRY STEINER
- 11) JOHN MASSEY
- 12) 13) VICTOR CEVOLI

Designers | Gestalter | Maquettistes:

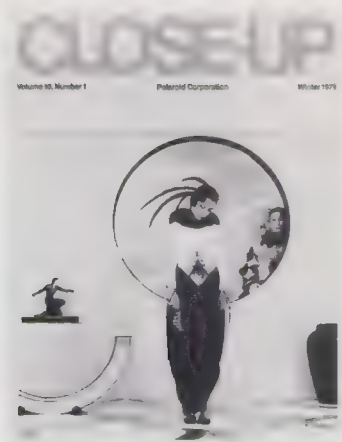
- 9) 10) HENRY STEINER
- 11) JOHN MASSEY
- 12) 13) VICTOR CEVOLI

Photographers | Photographen | Photographes:

- 9) 10) JOHN NYE
- 11) RON SEYMOUR
- 12) 13) JAMES B. WOOD

Agency | Agentur | Agence:

- 9) 10) GRAPHIC COMMUNICATIONS LTD.

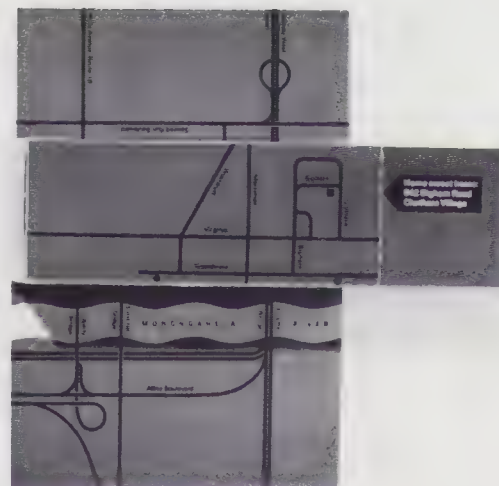
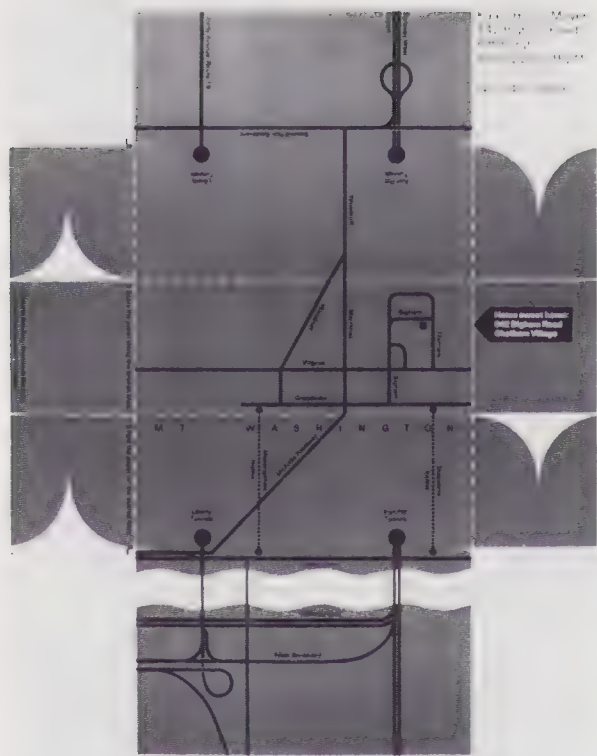


12



13

Moving up



Art Directors | Directeurs artistiques:

- 14) KAREN & DON MOYER
- 15) JEFF BARNES
- 16) 17) D. DAHN / D. WADDEN / J. WHITEHILL-WARD
- 18) ED BEDNO
- 19)-22) JOHN MASSEY
- 23) RANDALL SWATEK / DAVID ROMANOFF

Designers | Gestalter | Maquettistes:

- 14) DON MOYER
- 15) JEFF BARNES
- 16) 17) D. DAHN / D. WADDEN / J. WHITEHILL-WARD
- 18) ED BEDNO
- 19)-22) JOHN MASSEY
- 23) RANDALL SWATEK / DAVID ROMANOFF

Artists | Künstler | Artistes:

- 14) DON MOYER
- 18) CORICA DAUBICH
- 19) BRENDA BITSCH
- 20)-22) JOHN MASSEY

Photographers | Photographen | Photographes:

- 15) K & S PHOTO LABS

Agencies | Agenturen | Agences:

- 16) 17) DESIGN COLLABORATIVE, SEATTLE
- 23) SWATEK ROMANOFF DESIGN INC.

14



15

STA 100 (Chicago)

156



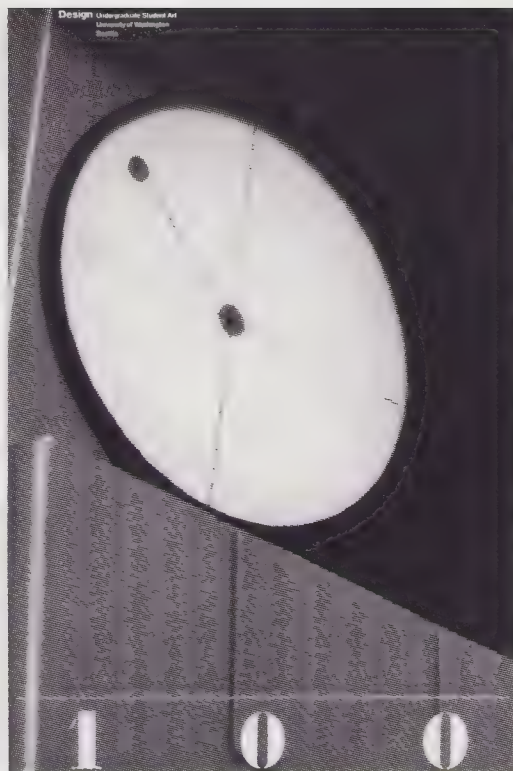
19



23



16



17

ANTHIROPOLOGY



18



20



21



22

14) Three-dimensional folding announcement of a move, with a street plan, from Karen & Don Moyer.

15) Direct-mail invitation (on foil) to an open house organized by a can division of the Container Corporation.

16) 17) Two posters from a series announcing exhibitions (here of three-dimensional art and of design) in the School of Art of the University of Washington.

18) Poster offering internships in the anthropology department of the Field Museum of Natural History, Chicago.

19) Poster for the American Library Association to encourage reading on political subjects.

20)–22) From a series of seven notebook covers, also used as posters, for Herman Miller, Inc., suppliers of office furniture and equipment. Irregular shapes in strong colours.

23) Logotype for the Maplewood Cheese Shop, New Jersey, inviting a broad smile.

14) Dreidimensionale, faltbare Umzugsanzeige mit einem Strassenplan, von Karen & Don Moyer.

15) Büchsenöffner-Plakat (Silberfolie) als Einladung zum «offenen Haus» einer Spezialabteilung der Container Corporation.

16) 17) Zwei Plakate aus einer Reihe zur Bekanntmachung von Ausstellungen (hier von dreidimensionaler Kunst und Design) in der Kunstschule der Universität in Washington.

18) Plakat, das den Studenten Stipendien der Abteilung Anthropologie des Field Museum of Natural History, Chicago, offeriert.

19) Plakat für die amerikanische Bibliotheken-Vereinigung als Aufforderung zur Lektüre mit politischem Inhalt.

20)–22) Aus einer Serie von sieben Notizbuch-Umschlägen, auch als Plakate verwendet, für die Herman Miller, Inc., Hersteller von Büromöbeln und -Geräten. Bunte Farbakzente.

23) Firmenzeichen eines Käseladens in New Jersey, das ein breites Lächeln suggeriert.

14) Annonce pliante tridimensionnelle d'un déménagement, avec un plan du quartier, par Karen & Don Moyer.

15) Invitation à une journée portes ouvertes organisée par une division de la Container Corporation, sur feuille métallique.

16) 17) Deux affiches tirées d'une série pour la School of Art de l'Université de Washington annonçant des expositions, ici d'art tridimensionnel et de design.

18) Affiche offrant des postes de stagiaire au département d'anthropologie du Musée Field d'histoire naturelle de Chicago.

19) Affiche de l'American Library Association pour la promotion de lectures politiques.

20)–22) Exemples d'une série de sept couvertures d'agendas (utilisées aussi comme affiches) pour Herman Miller, Inc. meubles et équipements de bureau. Formes irrégulières en couleurs vives.

23) Logo pour une fromagerie à New Jersey, invitant à sourire

Lettering in the work of Die Schrift im Werk von L'art de la lettre dans l'œuvre de

Bernarda Bryson Shahn

[Deutscher Text: Seite 160]
[Texte français: page 164]

Today one need hardly argue the cause of lettering as beauty in itself, but that was not always the case. During the waning Victorian period when Ben Shahn first determined to become an artist, lettering was held in low esteem by most art critics. It was looked upon as merely useful, and usefulness was ostracized from the highest echelons of art.

Shahn's first art training, ironically, was in lettering. Forced to go to work at the age of thirteen, his likeliest opportunity was as a lithographer's apprentice. His training was, if nothing else, rigorous. Oblivious to his aspirations to draw or to learn about art, his overseers first assigned him all the menial tasks of the shop and then put him to work to learn letters. Shahn said, 'I was committed to learning the "A", the "A" alone. I struggled with it for interminable weeks, and when my boss was satisfied with that, I matriculated into "B".' And so it went for a year or so.

Shahn mastered at first only the basic Roman alphabet (of which the great column of Trajan in Rome is the standard paradigm). And after that, he learned to do uncials and related cursive styles, Gothic letters, old English, flowing scripts which were done on stone with an engraving tool. Then came the Victorian extravaganzas, still in style in the late eighteen hundreds, and after that the syrupy forms of Art Nouveau. He was permitted, during these years, to begin to draw and to work in colour lithography. At nineteen, Shahn was a journeyman lithographer.

His hard-won skill was a great asset to him: he paid his way through college and several art schools in America and France, and through many years returned often to his lithography to recoup his finances.

Shahn was now a painter strongly influenced by the French School. His painting during this early period—the mid-twenties—was entirely free of lettering of any kind. Lettering first reappeared in the form of subtitles to satiric drawings and watercolours. In 1932 he did a series of small gouaches about the famous Dreyfus affair and lettered each title in precisely the style current at that time. This appealed to him very much, and he began to realize that he had at hand a highly developed skill which was not in any way antithetical to his art.

He employed bits of lettering now as small details: a newspaper headline, a window sign, a notice here and there; these were not yet an integral part of his pictures but provided bright details. During the Depression and later, in the war, he executed a number of government posters, the lettering professional, but used in the traditional way.

In 1934 he re-worded, designed and lettered as a book a colourful Hebrew legend called the *Alphabet of Creation*, in which tale the twenty-two letters of the alphabet presented themselves before God, each asking

■ BEN SHAHN, who died in 1969, is remembered not only as a painter but as a master of the art of lettering, and it is to that aspect of his genius that this article is devoted. Shahn was born of Jewish parents in Lithuania in 1898. His father, a woodcarver, brought his family to New York in 1906. After a training as a lithographer, Shahn studied in New York and Paris. A series of temperas on the Sacco and Vanzetti case, which first focused attention on his work, also revealed his deep concern with social issues. In 1954 he represented the United States at the Biennale in Venice together with de Kooning, and well before his death he was universally recognized as one of America's leading painters. His work is not limited to painting, however; he designed numerous panels, murals and posters and some jewellery and tapestry, and above all he was deeply involved in all the applications of lettering in whatever form – Hebrew, Chinese and Japanese as well as Latin. For earlier features on his work, see GRAPHIS 62 and 169. *Editor*

in turn that the world be created through it. Shahn did not like the style of the currently used Hebrew letters and returned to the Aramaic forms for his model. For a title, he combined the entire alphabet into a single design which became for him a constantly reworked motif.

The creation of books was a joy and a constant compulsion with Shahn. He hand-lettered and decorated and, in the original editions, hand-bound, a number of Christmas carols which he sent to friends as gifts, although most of them were later published, several by the Museum of Modern Art. He often used some passage of poetry or literature that he especially liked, such as a quotation from Rainer Maria Rilke: 'For the sake of a single verse ...', recreating it into a single book or, as in this case, a portfolio of lithographs as well. One such book especially merits comment, a passage from the Greek philosopher Maximus of Tyre which Shahn entitled *On the Dispute about Images*. This small book is composed only of lettering: it is of a later period in Shahn's career, and it exemplifies the great freedom in the treatment of letters that now characterized his work.

He was, by this time, using letters as an integral part of paintings. He manipulated them, adjusted them to space and style, crowded them, expanded them, according to his need. Such manipulation is successful only if it bears the stamp of authority, if it is—however twisted and turned—basically professional. I think it is this quality that distinguishes Shahn's use of lettering from that of many other artists.

A great number of his paintings contain lettering as an essential part: *When the Morning Stars*, in which letters in gold leaf are intermingled with many variations of yellow, *Second Allegory*, *Maimonides*, *Italian Landscape 2*, *Epoch* and numerous others. His mosaic murals are interspersed with lettering in the traditional Byzantine style. Many of his serigraphs and lithographs, such as *All That Is Beautiful*, *I Think Continually of Those Who Were Truly Great*, *Let Man Know*, *Let Them Remember*, are integrally lettering as an element of the image.

Lettering played an additional role for Shahn, and a very important one. He had much to say, politically, aesthetically, sometimes philosophically. While he was, I suppose, what would be called a symbolist

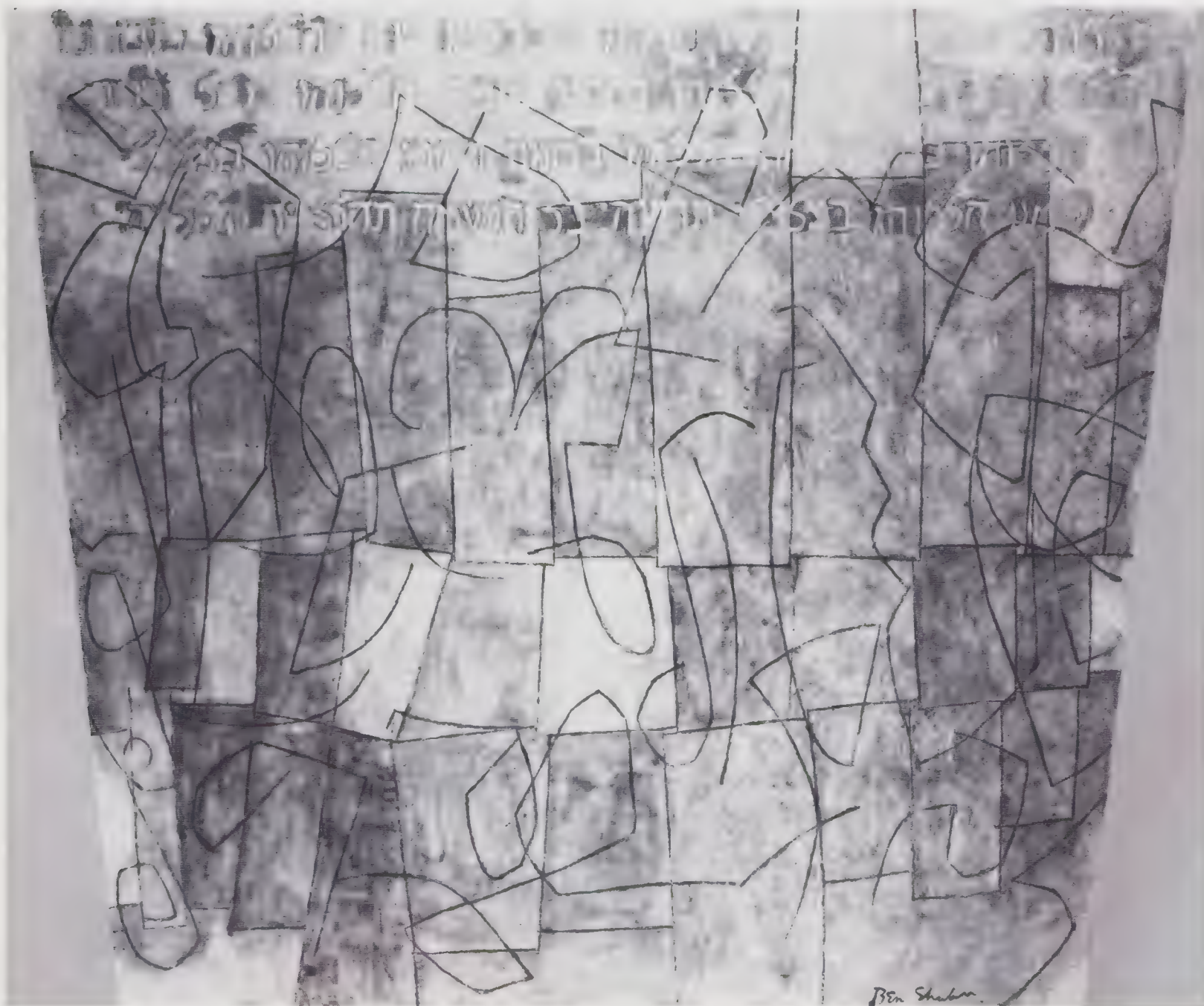
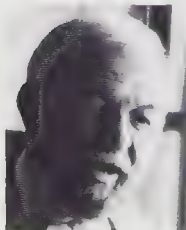
1) Study for a stained-glass window in the Beth Israel Temple, Buffalo, N. Y. It makes use of the Hebrew alphabet that Shahn had designed for the book *Alphabet of Creation*.

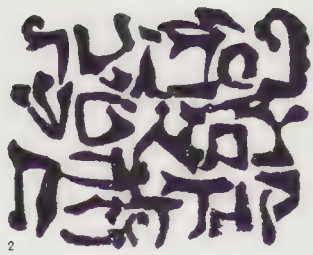
1) Studie für eine Glasmalerei im Beth-Israel-Tempel, Buffalo, N. Y. Shahn verwendete das von ihm für das Buch *Alphabet of Creation* (Alphabet der Schöpfung) entworfene hebräische Alphabet.

1) Projet de vitrail pour le Beth Israel Temple de Buffalo dans l'Etat de New York, utilisant l'alphabet hébreu que Shahn conçut pour son ouvrage *Alphabet of Creation*.

■ BEN SHAHN, 1969 gestorben, bleibt nicht nur als Maler, sondern auch als Meister der Schriftkunst unvergesslich. Dem letzteren Aspekt seines genialen Schaffens ist dieser Artikel gewidmet. Shahn wurde 1898 als Sohn jüdischer Eltern in Litauen geboren. Sein Vater, Holzbildhauer, wanderte 1906 mit seiner Familie nach New York aus. Nach seiner Lehre als Lithograph studierte Shahn in New York und Paris. Mit einer Serie Temperabilder über den Fall Sacco und Vanzetti lenkte er zum ersten Mal die Aufmerksamkeit auf seine Arbeit und enthüllte seine soziale Gesinnung. 1954 vertrat er mit de Kooning die USA an der Biennale in Venedig und galt schon bald als einer der grossen Maler Amerikas. Er war aber nicht nur Maler; er schuf auch zahlreiche Tafeln, Wandbilder und Plakate, sowie Tapisserien und Schmuck. Doch blieb er der Schrift in all ihren Formen – hebräisch, chinesisch, japanisch wie auch lateinisch – besonders zugehörig. Frühere Artikel über sein Werk erschienen in GRAPHIS 62 und 169. *Redaktion*

■ BEN SHAHN, mort en 1969, a laissé un souvenir impérissable comme peintre et maître de l'art de la lettre. C'est à ce dernier aspect de son génie que le présent article est consacré. Shahn naquit de parents juifs en Lithuanie en 1898. Son père, sculpteur sur bois, émigra à New York avec sa famille en 1906. Devenu lithographe, Shahn entreprit des études à New York et à Paris. Il se fit connaître par une série de détrempe sur l'affaire Sacco et Vanzetti, qui révélèrent son engagement social. En 1954, il représenta avec de Kooning les Etats-Unis à la Biennale de Venise et fait figure de l'un des tout grands peintres d'Amérique. Ce talent universel réalisa bien d'autres œuvres: de nombreux panneaux, muraux et affiches, ainsi que de la tapisserie et des bijoux; mais avant tout, ce fut l'art de la lettre qui retint son attention et auquel il voua ses meilleurs moments à travers les alphabets hébreu, chinois, japonais et latin. Nous lui avons déjà consacré des articles de fond, ainsi dans GRAPHIS 62 et 169. *La Rédaction*





painter, he was acutely aware that symbolism could become arcane and precious. Symbolism, to be acceptable, must be innate in an image, immediate in its impact. Why not just say what one had to say? This he did, in lettering.

Shahn's letters were always painted; he had not used pen or stylus since his lithographic days. He painted the letters as he would a painting itself, weaving them, as I've mentioned, with the entire design. A fine instance of his approach is in the painting *Credo*, in which a highly abstracted Martin Luther nails to the wall his famous declaration ending with 'No man can command my conscience'. This was Shahn's own credo, the key perhaps to his own nonconformity both in art and in politics.

During his many peregrinations as a photographer for the US government's Resettlement Administration, he became interested in and highly intrigued by amateur lettering as it appeared in roadside signs, before restaurants, grocery stores and many other places. He

Heute braucht man kaum mehr eine Begründung für die Schönheit der Schrift zu suchen, doch das war nicht immer so. Im ausgehenden Viktorianischen Zeitalter, als Ben Shahn sich entschied, Künstler zu werden, wurde die Beschriftung von den meisten Kunstkritikern wenig geschätzt; man sah sie lediglich als nützlich an, und Nützlichkeit hatte in den hohen Rängen der Kunst nichts zu suchen.

Shahns erste Kunstausbildung war ironischerweise in Schriftmalerei. Mit dreizehn zum Arbeiten gezwungen, bot sich ihm eine willkommene Lehrstelle bei einem Lithographen. Seine Ausbildung war jedenfalls sehr streng. Blind für sein Streben, Zeichnen und mehr über Kunst zu lernen, schoben seine Vorgesetzten ihm erst alle niedrigen Aufgaben im Atelier zu und liessen ihn dann Buchstaben lernen. Shahn sagt: «Ich musste zuerst das <A> lernen: nur das <A>. Endlose Wochen kämpfte ich damit, und als mein Boss schliesslich zufrieden war, liess man mich an das heran.» So ging das etwa ein Jahr lang.

Shahn meisterte zuerst nur das klassische römische Alphabet (für das die Trajanssäule in Rom das Paradebeispiel ist). Danach lernte er Unzialschrift und verwandte Kursivschriften, gotische Buchstaben, altenglische Lettern, Schreibschriften, die in Stein graviert wurden. Dann kamen die viktorianischen Phantastereien, immer noch modisch im späten 19. Jahrhundert, und danach die schwärmerischen Formen des Jugendstils. Nun durfte er mit dem Zeichnen und mit Farblithographie beginnen. Mit neunzehn war Shahn Lithographengeselle.

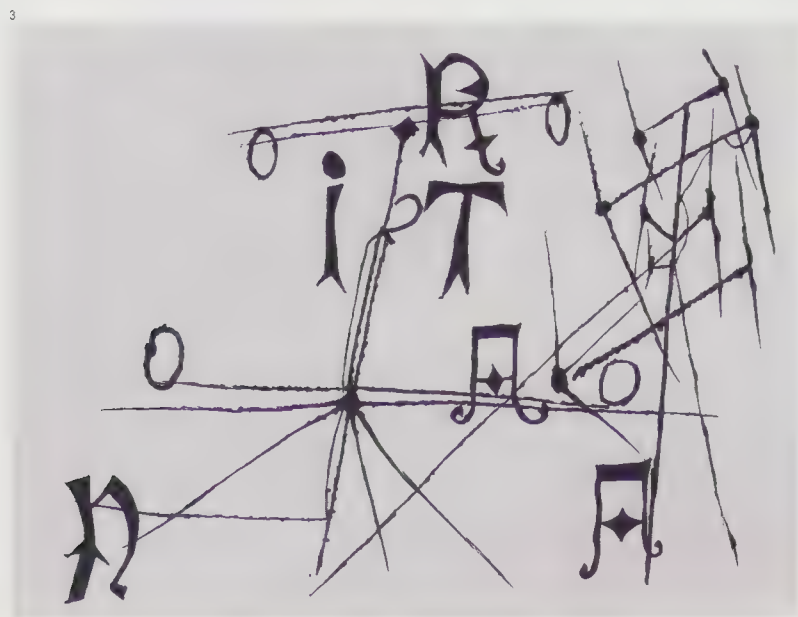
photographed literally hundreds of such signs, studied them and, at first humorously, then seriously, began to copy them, studying carefully all the divergences from the established, possibly somewhat severe canons of lettering. Deliberately violating all such rules, he began to develop an alphabet of his own, varying it to his taste. This he came to call his *Folk Alphabet*. An amusing sidelight on this is that the alphabet began to appear everywhere, copied by people who perhaps had never heard of Shahn, and ultimately it thus found its way back to its own folk origins.

Always interested in both Chinese and Japanese calligraphy, Shahn had mastered quite a number of characters by the time he visited Hong Kong in 1960. There he observed the graceful performance, almost dance-like, of a calligrapher lettering signs. He went into the shop and asked the man to interpret the name Ben Shahn as a calligraphic figure. The letterer took an enormous length of time—three days. But at last he produced the piece, a scroll mounted in Oriental fashion. The name *Shahn* had been easy (it means 'mountain' in Chinese), while the name *Ben* had had to be interpreted phonetically. But the figure was made and Shahn mastered it, often signing his name as shown above.

Seine schwer errungene Fertigkeit kam ihm gut zustatten: er finanzierte damit sein College und verschiedene Kunstschulen in Amerika und Frankreich und besserte noch viele Jahre seine Geldmittel mit dem Lithographenhandwerk auf.

Shahn war jetzt ein stark von der Französischen Schule beeinflusster Maler. Seine Bilder dieser frühen Periode – Mitte der zwanziger Jahre – wiesen noch keine Schriftelemente auf; sie zeigten sich erst in Form von Untertiteln zu satirischen Zeichnungen und Aquarellen. 1932 schuf er eine Serie kleiner Gouachen über die berühmte Dreyfus-Affäre und beschriftete jeden Titel in genau dem dazu passenden zeitgenössischen Stil. Das machte ihm Spass, und er merkte, dass er über eine hochentwickelte Fähigkeit verfügte, die keineswegs im Gegensatz zu seiner Kunst stand. Er verwendete jetzt Schriftteile als kleine Details: eine Zeitungsschlagzeile, ein Hinweis hier und da; sie waren noch nicht integrierender Bestandteil seiner Bilder, aber schon auffallende Blickpunkte. In der Depression und später im Krieg entwarf er eine Anzahl Regierungsplakate mit professioneller, aber traditionell ausgeführter Schrift.

1954 schuf er eine Nacherzählung der farbigen hebräischen Legende *Das Alphabet der Schöpfung*, wofür er auch das Buch und die Schriftzeichen entwarf; in dieser Legende treten die 22 Buchstaben des Alphabets vor Gott, und jeder fordert für sich, dass die Welt durch ihn geschaffen werde. Shahn gefielen die gewöhnlich benutzten hebräischen Lettern nicht, und er kehrte zu den aramäischen Formen zurück. Für einen Titel



2) This is a Chinese rendering of Ben Shahn's name originally executed for him by a Hong Kong calligrapher. He later used it occasionally for signing his name.

3) A gnomonic figure drawn by Shahn in Indian ink.

4) *Monumental Alphabet*, gouache, 32 x 24 in. Reproduced by kind permission of Kennedy Galleries, New York. This is another variation on Shahn's lettering for the legend *Alphabet of Creation* (see Fig. 1), which he also used in jewellery, tapestry, etc.

2) Chinesische Schreibweise des Namens Ben Shahn, ursprünglich für ihn ausgeführt von einem Kalligraphen in Hongkong. In der Folge signierte er gelegentlich damit.

3) Von Ben Shahn in Tusche gezeichnete gnomonische Figur.

4) *Monumental Alphabet*, Gouache, 81 x 61 cm, reproduziert mit Erlaubnis der Kennedy Galleries, New York. Es handelt sich um eine weitere Variante von Shahns Schriftzeichen für die Legende *Alphabet of Creation* (s. Abb. 1), die er auch für Schmuck, Wandteppiche etc. verwendete.

2) Transcription du nom de Ben Shahn en chinois, réalisée à l'origine par un calligraphe de Hongkong. Il s'en servit par la suite en guise de signature occasionnelle.

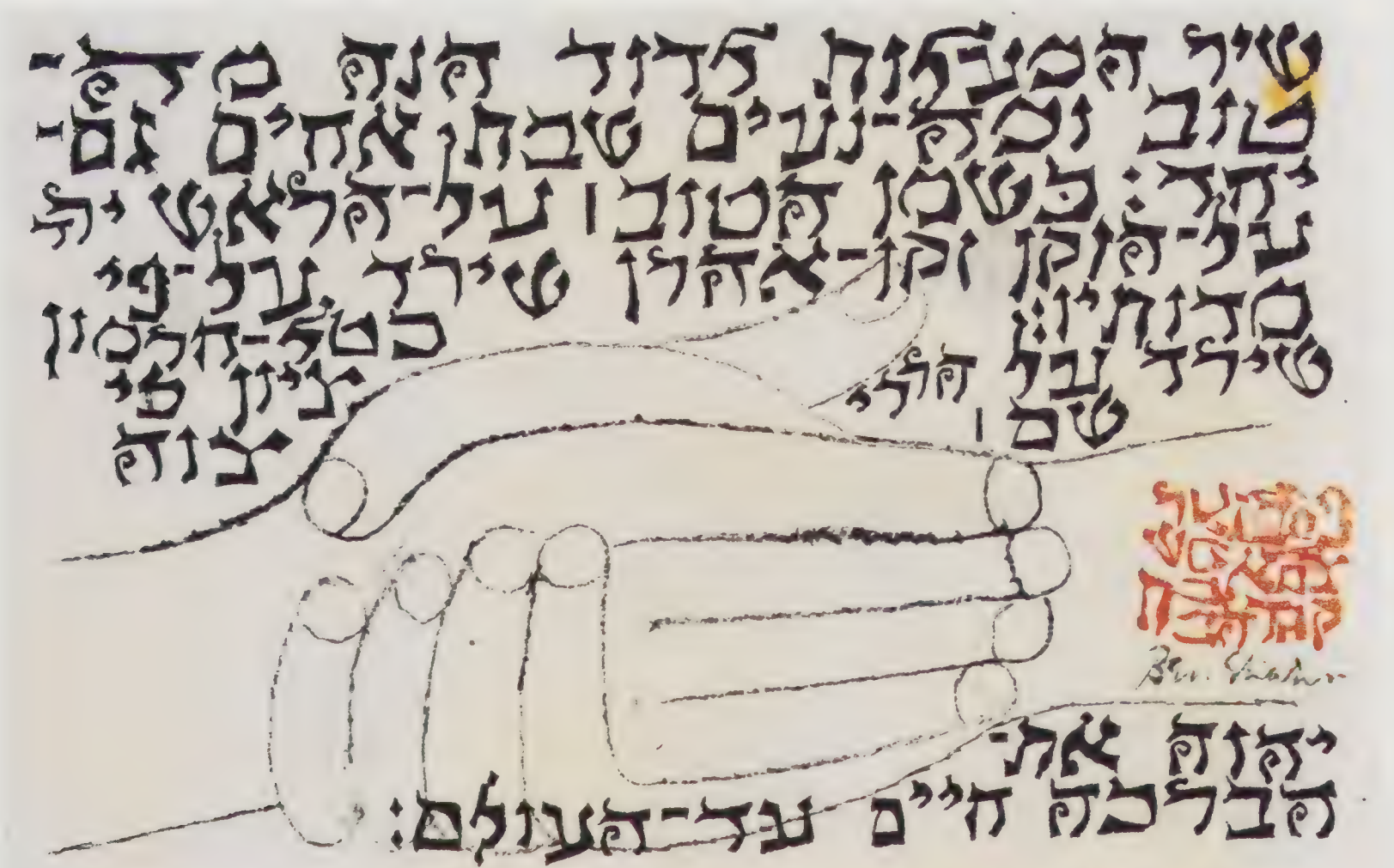
3) Figure gnomonique que Shahn exécuta à l'encre de Chine.

4) *Monumental Alphabet* (Alphabet monumental), gouache de 81 x 61 cm. Reproduit avec la permission des Kennedy Galleries, New York. Il s'agit d'une autre variation de l'alphabet créé pour la légende *Alphabet of Creation* (voir la fig. 1), utilisée aussi en tapisserie, joaillerie, etc.



vereinigte er das gesamte Alphabet in einem Design, das er in Abwandlung als ständig wiederkehrendes Motiv benutzte. Das Büchermachen war für Shahn Freude und unwiderstehlicher Drang zugleich. Er entwarf die Schrift für eine Anzahl Weihnachtslieder, schrieb und dekorierte sie und machte sogar den Einband der Originalausgaben selbst, die er an Freunde verschenkte; die meisten wurden später veröffentlicht, einige vom Museum of Modern Art. Er benutzte oft Stellen aus Gedichten oder Prosaliteratur, die er besonders liebte, wie etwa ein Zitat von Rainer Maria Rilke: «Um eines einzigen Verses willen...», die er in einem Buch wiedererstellen liess oder, wie in diesem Fall, in einer Mappe mit Lithographien. Besondere Erwähnung verdient ein Buch, das Shahn nach dem griechischen Philosophen Maximus von Tyrus *Vom Disput über Bilder* betitelte. Dieses kleine Buch besteht nur aus Lettern: es entstammt einer späteren Periode in Shahns Schaffen und ist beispielhaft für die grosse Freiheit in der Behandlung von Buchstaben, die jetzt sein Werk charakterisierte.

Er verwendete inzwischen Buchstaben als integrierenden Bestandteil von Bildern. Er manipulierte sie, passte sie Raum und Stil an, drängte sie zusammen, breitete sie aus, je nach Bedürfnis. Eine solche Manipulation ist nur erfolgreich, wenn sie den Stempel der Autorität trägt, von Grund auf fachkundig ist. Ich glaube, es ist diese Eigenart, die Shahns Schriftgebrauch von dem vieler anderer Künstler unterscheidet. Eine grosse Zahl seiner Werke enthält Schrift als bestimmendes Element: *When the Morning Stars*, in dem Buchstaben in Blattgold mit vielen Variationen von Gelb gemischt sind, *Second Allegory*, *Maimonides*, *Italian Landscape 2*, *Epoch* und viele andere. Seine Mosaik-Wandbilder sind durchsetzt von Beschriftungen im überlieferten byzantinischen Stil. In vielen seiner Serigraphien und Lithographien, wie etwa *All That Is Beautiful*, *I Think Continually of Those Who Were Truly Great*, *Let Man Know*, ist die Schrift wesentlicher Bestandteil des Bildes. Die Schrift spielte für Shahn noch eine zusätzliche, sehr wichtige Rolle. Er hatte politisch, ästhetisch und manchmal [Fortsetzung Seite 184]



BEHOLD, HOW GOOD AND HOW PLEASANT IT IS FOR
BREATHREN TO DWELL TOGETHER IN UNITY!
IT IS LIKE THE PRECIOUS OINTMENT UPON THE HEAD
THAT RAN DOWN UPON THE BEARD EVEN AARON'S
BEARD THAT WENT DOWN TO THE SKIRTS OF HIS
GARMENTS AS THE DEW OF HERMON AD AS THE DEW
THAT DESCENDED UPON THE MOUNTAINS OF ZION FOR
THERE THE LORD COMMANDED THE BLESSING AND LIFE FOR
EVERMORE

5) Shahn's version of a passage from Psalm 133 in Hebrew and Latin characters, to which he has added his Chinese signature (Fig. 2).

6) Watercolour design for a tapestry based on the *Alphabet of Creation*, now in the Israel Museum.

7) *When the Morning Stars*, tempera with gold leaf, 54 x 48 in. Reproduced with kind permission of Mr. and Mrs. Jacob Schulman, Gloversville, N. Y. Chiefly yellow shades.

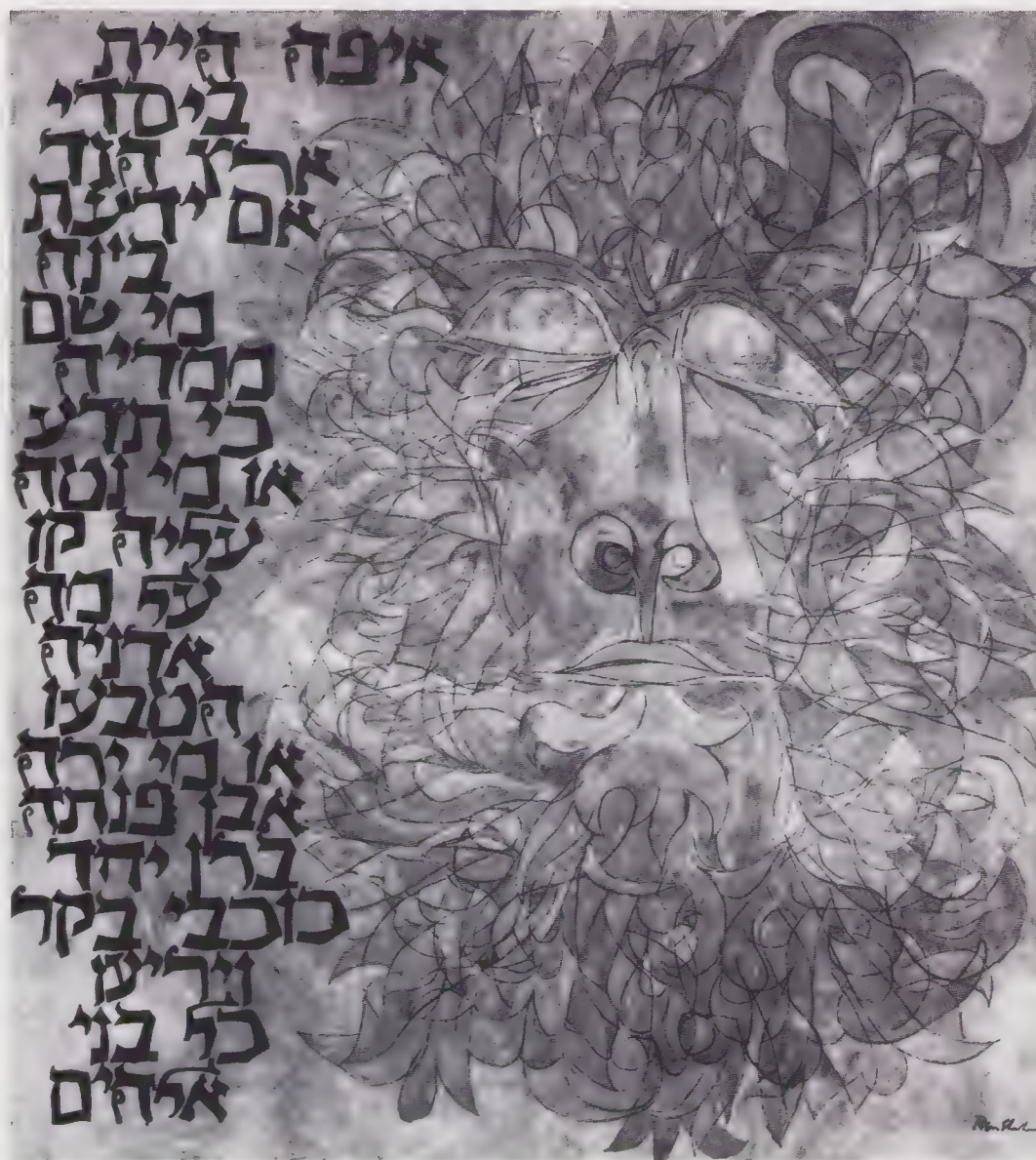
8) Poster for the Festival of Two Worlds in Spoleto, 1965. Blue and turquoise shades with black. The lettering is taken from Shahn's Folk Alphabet.

5) Shahn's Version eines Passus von Psalm 133 in hebräischen und lateinischen Schriftzeichen, denen er seine chinesische Unterschrift hinzufügte (Abb. 2).

6) Entwurf in Wasserfarbe für einen auf dem Alphabet der Schöpfung basierenden Wandbehang im Israel-Museum.

7) *When the Morning Stars* (Wenn der Morgenstern ...), Tempera mit Goldfolie, 137 x 122 cm. Reproduziert mit Erlaubnis von Herrn und Frau J. Schulman, Gloversville, N. Y. Vorwiegend Gelbtöne.

8) Plakat für das Festival der zwei Welten in Spoleto, 1965. Blau- und Türkistöne mit Schwarz. Die Schrift stammt aus Ben Shahn's Volksalphabet.



5) Version que Shahn a donnée d'un passage du psaume 133 en caractères hébraïques et latins, complétée par sa signature en chinois (fig. 2).

6) Aquarelle pour une tapisserie basée sur son *Alphabet of Creation* (L'Alphabet de la Création), aujourd'hui à l'Israel Museum.

7) *When the Morning Stars* (Quand l'Etoile du matin...), détrempe à la feuille d'or, 137 x 122 cm. Reproduit avec la permission de M. et Mme Jacob Schulman, Gloversville (N.Y.). Tons jaunes prédominants.

8) Affiche pour le Festival des Deux-Mondes de Spolète en 1965. Tons bleus et turquoise, avec du noir. Les caractères sont empruntés au «Folk alphabet» de Shahn.

IF IT HAD NOT BEEN FOR THESE THING,
I MIGHT HAVE LIVE OUT MY LIFE TALK-
ING AT STREET CORNERS TO SCORN-
ING MEN. I MIGHT HAVE DIE, UN-
MARKED, UNKNOWN A FAILURE. NOW
WE ARE NOT A FAILURE. THIS IS OUR
CAREER AND OUR TRIUMPH. NEVER IN
OUR FULL LIFE COULD WE HOPE TO
DO SUCH WORK FOR TOLERANCE, FOR
JUSTICE, FOR MAN'S UNDERSTANDING
OF MAN AS NOW WE DO BY ACCIDENT.
OUR WORDS - OUR LIVES - OUR PAINS
NOTHING! THE TAKING OF OUR LIVES -
LIVES OF A GOOD SHOEMAKER AND A
POOR FISH PEDDLER - ALL! THAT LAST
MOMENT BELONGS TO US - THAT
AGONY IS OUR TRIUMPH.

Il n'est plus guère nécessaire, de nos jours, de rompre une lance en faveur de l'art de la belle lettre. Mais il n'en a pas toujours été ainsi. A la veille de la Grande Guerre, lorsque Ben Shahn décida de se faire artiste, les caractères étaient tenus en peu d'estime par la plupart des critiques d'art. On y voyait un art mineur utilitaire, et l'utilité était à l'époque rejetée hors du cénacle des beaux esprits qui dominaient la pratique et l'interprétation du grand art.

Il est donc assez ironique en soi que le premier contact que Shahn ait eu avec l'art ait été l'apprentissage des caractères durant sa formation de lithographe entreprise dès l'âge de 13 ans par pure nécessité économique. Cet apprentissage eut au moins un avantage de taille: la rigueur. Ignorant ses aspirations qui le portaient vers le dessin et l'apprentissage des arts, ses chefs lui assignèrent d'abord tous les menus travaux de nettoyage et d'entretien avant de le mettre au travail sur un alphabet. «On m'a demandé d'apprendre le «A» et rien que le «A», se rappelait Shahn. Je me

suis escrimé là-dessus pendant d'innombrables semaines avant d'avoir le droit de passer au «B», une fois toutes les exigences du patron satisfaites au sujet de la première lettre.» Il mit ainsi plus d'une année à se familiariser avec les arcanes de la typographie.

Au début, Shahn apprit à manier le seul alphabet romain ancien (dont la grande colonne de Trajan à Rome exemplifie le paradigme). Puis ce fut le tour des onciales et des italiques qui s'y rapportent, des gothiques, des anglaises, des écritures calligraphiques gravées au burin sur la pierre. Suivirent les caractères ornés, lettres de fantaisie de l'époque victorienne toujours en faveur dans la première décennie du siècle, et les manuels de l'Art Nouveau. Durant ces studieuses années, il en vint au dessin et à la réalisation de lithos en couleurs. A l'âge de dix-neuf ans, Shahn était lithographe qualifié.

Ce savoir-faire durement acquis a eu une énorme importance pour sa carrière en lui permettant de payer ses études [Suite à la page 184]

9) *Immortal Words*, print of the moving declaration of belief made by the anarchist Vanzetti before he and Sacco were executed. It is an example of Shahn's Folk Alphabet.

10) Title of the book *Alphabet of Creation*, using the alphabet designed for it in negative form. See Figs. 1, 4 and 6. Shahn also used this pattern as a seal, Oriental fashion.

9) *Immortal Words* (Unsterbliche Worte), das ergreifende letzte Kredo der Anarchisten Sacco und Vanzetti vor ihrer Hinrichtung. Es handelt sich um ein Beispiel von Shahns Volksalphabet.

10) Titel des Buches *Alphabet of Creation*, mit dem dafür entworfenen Alphabet in negativer Form. S. Abb. 1, 4 und 6. Shahn verwendete dieses Muster auch als Siegel, nach orientalischer Sitte.

9) *Immortal Words* (Paroles immortelles) – la profession de foi anarchiste de Vanzetti au moment de mourir aux côtés de Sacco, un témoignage émouvant transcrit en «Folk alphabet».

10) Titre de l'ouvrage *Alphabet of Creation*, où l'on retrouve sous forme négative l'alphabet spécial créé pour cet ouvrage. Cf. les fig. 1, 4, 6. Aussi employé comme sceau de type oriental.



SHO

Japanese Calligraphic Art Today

Japanische Schreibkunst heute

L'art japonais de l'écriture aujourd'hui

■ We devoted an article to the calligraphic art of Japan in GRAPHIS 142. Shiryu Morita, himself a leading exponent of this art, has now collected a few recent examples of it for us, and they are discussed on the following pages by one of the eminent European authorities on the subject, the West German art critic Irmtraud Schaarschmidt-Richter. Elsewhere in this issue we deal with the work of Ben Shahn, which in many respects represents a revival of the art of lettering in the West; in Japan no such revival is necessary – *sho* embodies a century-old tradition which has never been allowed to die. It is writing freed of its merely functional elements and used to express the essence of human moods and feelings. *Editor*

■ Wir widmeten der japanischen Schreibkunst einen Artikel in GRAPHIS 142. Nun hat Shiryu Morita, selber ein führender Exponent dieser Kunst, einige neuere Beispiele für uns gesammelt, die auf den folgenden Seiten von einer in Europa anerkannten Kapazität auf diesem Gebiet, Irmtraud Schaarschmidt-Richter, beschrieben werden. An anderer Stelle befassen wir uns mit dem Werk Ben Shahns, das in gewisser Hinsicht eine Wiederbelebung der Schreibkunst im Westen darstellt. In Japan braucht es keine Wiederbelebung, denn *Sho* verkörpert eine jahrhundertealte Tradition, die nie aussterben drohte. Es ist Schreibkunst, die von ihrer Funktion als solche befreit ist und allein dazu dient, menschliche Stimmungen und Gefühle auszudrücken. *Redaktion*

It is now ten years since *sho*, modern Japanese calligraphy, was first presented in these pages. Ten years is a long time in the evolution of European art, which has changed direction several times in this last decade. For the Japanese, however, ten years is only a brief span, particularly in relation to Far Eastern—Chinese and Japanese—calligraphy. It was valued as an expression of the personality back in our own Middle Ages, and from the fourteenth century at the latest it was classed as one of the 'path' arts (*sho-do*, comparable with *cha-do*, the tea path, or *ka-do*, the flower path), which strongly reflect the identity of the performer. Since then enormous numbers of examples of *sho* have been collected and new ones are still being added. They are done with a brush and ink on paper, using the characters of Japanese writing. The full implications of this art were explained in our previous article and will not be repeated here. It would not be true, however, to say that no changes have taken place in *sho* in the past few years. There have been changes, but they have more to do with the individuality of the artist and the relations existing within the group than with modifications of form and content such as are so common in Western art. In any case, the changes could never affect the whole spectrum of the art. The reason for this lies in the art itself. The basic signs and materials—brush, ink, paper—are given, as they always have been. The art lies in the ductus of the ink line, the resulting relationship of black and white, space and surface, and the intensity with which it has been inscribed on the paper. These things express a coming-to-grips with the artist's self, his conquest of the resistances and the freedom thereby achieved—or not achieved if the work is not successful. The changes normally manifest themselves as a process of maturation of the individual and can thus be read off from a sequence of works extending over several years. It hardly ever happens that an artist voluntarily breaks away from his calligraphic path once he has entered upon it.

The situation is rather different with the groups, provided they are clear-cut organizations. An artist may withdraw from one because his own stylistic development has gradually taken another course, without

being in any direct opposition. Thus Sogen Eguchi (see GRAPHIS 142, p. 144, Fig. 5) left the *boku-jin* group some time ago, as the lyrical element in his style became more preponderant. Or an artist may withdraw from a group because the time has come to make way for younger talents. Shiryu Morita (Fig. 1), the main founder of the *boku-jin* group who also won it international repute, retired last year, and shortly before that Sofu Okabe (Fig. 5) had relinquished the guidance of his *soro-sha* group. Usually contacts with the group are nevertheless maintained.

It is no simple matter to forge links between groups, especially as a group may consist of two or three subdivisions—those who take part in the state's Nitten exhibition and mostly exhibit through the MAINICHI newspaper, those who organize their own group exhibitions and may be somewhat avant-garde, and the few independent individuals. On international occasions the groups are quite capable of joint action, as in the big *sho* exhibition organized by the Klingspor Museum in Offenbach, West Germany, in 1976.

Group allegiances are in any case overridden to some extent by the obligation the individual artist owes to his teacher and model, and secondarily to his teacher's teacher, who will usually be honoured as one of the great masters. Thus the teacher of both Shiryu Morita and of Yuichi Inoue (Fig. 6) was Sokyu Ueda (1899–1968), while Taiho Yamazaki's teacher was Yukei Tejima. But both Ueda and Tejima were pupils of Tenrai Hidai (1872–1939), one of the great pioneers of modern Japanese calligraphy, so that various schools stem from his work.

It is consequently very difficult to offer any complete survey of the present situation, especially as Japan possesses hundreds of writing-masters of high artistic accomplishments representing all styles and persuasions. It may well be that literary and even religious influences have gained in significance in recent times. The preference is therefore given to long texts, sutras and poems rather than to single signs. The choice made by Shiryu Morita for this publication in any case seems to support this assumption. Which does not mean for a minute that the single sign, with its philosophic and religious implications, has lost its importance.

Morita himself demonstrates this: the sign *do* (the path) shows him on the way to a new apogee at which beauty of form and line will be united with the reserve of maturity (Fig. 1). Norio Imaoka is very close to him when he writes two signs that beautifully balance weight and weightlessness (Fig. 2) and convey an impression of rest. The writing-masters are fascinated again and again by the old character forms. These may have something very forceful about them, a single emblem, an order, like the sign *ko* (a prince, or 'public') by Sofu Okabe (Fig. 5), or something documentary, the burden of history, captured in signs that are not far from the picture. Yet such signs, as written by Sanu Aoyama with the dry brush ductus of the later style, remain lively and cheerful (Fig. 4).

A circle of friends may well have very different styles, as is revealed by present-day or former members of the *boku-jin* group such as Yoshimichi Sekiya, who admittedly was previously nearer to the Morita school. He now writes semi-cursive single signs with a powerful brush, and above them in narrow lines, written like the old inscriptions on pictures, the accompanying text—in this case a sutra—which is given a painterly

rhythm by the spreading ink (Fig. 3). Yuichi Inoue appears in a more nonconformist role. He recently left the *boku-jin-kai*, though he still has close connections with it. He is one of the leading lights of Japanese calligraphy. Hardly any other writing-master has a work in the National Museum of Modern Art in Tokyo. He covers the whole paper surface with an almost obdurate brush, writes over it or leaves free spaces to interpret his own poem (Fig. 6). Many at first find this naive, but in reality it expresses a sharp inward struggle.

Japanese syllabic writing is this time well represented. These elegant, mostly slim *kana* characters are still written as they were a thousand years ago. Yet the works are quite modern in their effect. They express exactly the feelings and the inner mood of the writer, as do the large, vehemently executed brush lines. The single lines may in addition display extreme beauty and charm, as they do in the poem of Keikin Hori (Fig. 7), where the dry lines sometimes end in a dot. The variety of modern Japanese calligraphy continues to be impressive and will always escape exhaustive description and analysis.

■ Nous avons consacré un article à l'art japonais de l'écriture dans GRAPHIS 142. Shiryu Morita, l'un des maîtres de cet art *sho*, a rassemblé quelques créations récentes dans ce domaine, que l'une des autorités européennes de la question, Irmtraud Schaarschmidt-Richter, commente ci-après. Autre part dans ce numéro, nous évoquons l'art de l'écriture de Ben Shahn, qui représente un véritable renouveau de la création de lettres. Au Japon, le *sho* se maintient depuis des siècles au niveau du grand art. Il s'agit d'une écriture débarrassée de ses aspects purement fonctionnels, où s'incarne la personnalité entière de l'artiste, avec ses sentiments et ses états d'esprit. Nos lecteurs en apprécieront les résultats. *La Rédaction*

1) SHIRYU MORITA, born 1912, *Do* (The Path).

1) SHIRYU MORITA, geboren 1912, *Do* (Der Weg).

1) SHIRYU MORITA, né en 1912, *Do* (La Voie).





2) NORIO IMAOKA, born 1929, *Tenshin* (Upright).
 3) YOSHIMICHI SEKIYA, born 1920, *Kukan* (Empty Seeing, accompanying sign of the Hanniya shingyo Sutra).

2) NORIO IMAOKA, geboren 1929, *Tenshin* (Aufrichtig).
 3) YOSHIMICHI SEKIYA, geboren 1920, *Kukan* (Das leere Sehen, Begleitzeichen zum Hanniya-shingyo-Sutra).

2) NORIO IMAOKA, né en 1929, *Tenshin* (Droit).
 3) YOSHIMICHI SEKIYA, né en 1920, *Kukan* (La Vision du Vide, signe accompagnant le soutra Hanniya shingyo).

Es ist bereits zehn Jahre her, seit in dieser Zeitschrift zum ersten Mal die moderne japanische Schreibkunst *Sho* vorgestellt wurde. Zehn Jahre sind eine lange Zeit, misst man sie an der europäischen Kunstentwicklung, die innerhalb dieser zehn Jahre schon häufig ihre Richtung wechselte. Für Japan jedoch sind zehn Jahre eine kurze Zeitspanne, erst recht im Zusammenhang mit der ostasiatischen – also der chinesisch-japanischen – Schreibkunst. Geschätzt als Ausdruck der Persönlichkeit wurde sie schon seit den frühen Jahrhunderten, und zu den «Weg»-Künsten als *Sho-do* (wie *Cha-do*, der Teeweg, *Ka-do*, der Blumenweg), die die Persönlichkeitsfindung in besonderem Masse verkörpern, wird die Schreibkunst spätestens seit dem 14. Jahrhundert gerechnet. Seitdem sind *Sho*-Werke in ungeheuren Mengen gesammelt worden, und ständig kommen neue hinzu, hergestellt mit Pinsel, Tusche und Papier und mit den Formen der Schriftzeichen. In welchem Sinne dies zu verstehen ist, braucht hier nicht weiter ausgeführt zu werden, es wurde vor zehn Jahren eingehend beschrieben. Jedoch ist es nun nicht so, dass in Japan im Bereich des *Sho* keine Veränderungen stattgefunden hätten. Aber sie hängen mehr mit der Individualität des einzelnen Künstlers und den Konstellationen innerhalb der Gruppe zusammen, als dass sich formale, inhaltliche oder gehaltliche Tendenzen so verändern oder umkehren würden, wie es in der westlichen Kunst häufig der Fall ist. Solche Veränderungen würden jedenfalls nicht das ganze Spektrum dieser Kunstgattung bestimmen oder gar abdecken. Die Ursache dafür liegt zunächst in der Kunstgattung selbst: die Formbasis, das Schriftzeichen und das Material – Pinsel, Tusche, Papier – sind, wie seit je, noch immer vorgegeben. Das, was wir als Kunst daran verstehen, sind die – nach vorgegebenem Modell – Führung der Tusche-
 linie, das daraus resultierende Verhältnis von Schwarz und Weiss, Raum und Fläche, und die Intensität, mit der sie auf das Papier gesetzt ist. In ihr drückt sich die Auseinandersetzung mit dem Selbst, seine Überwindung und die erreichte – oder bei einem mässigen Werk nicht erreichte –

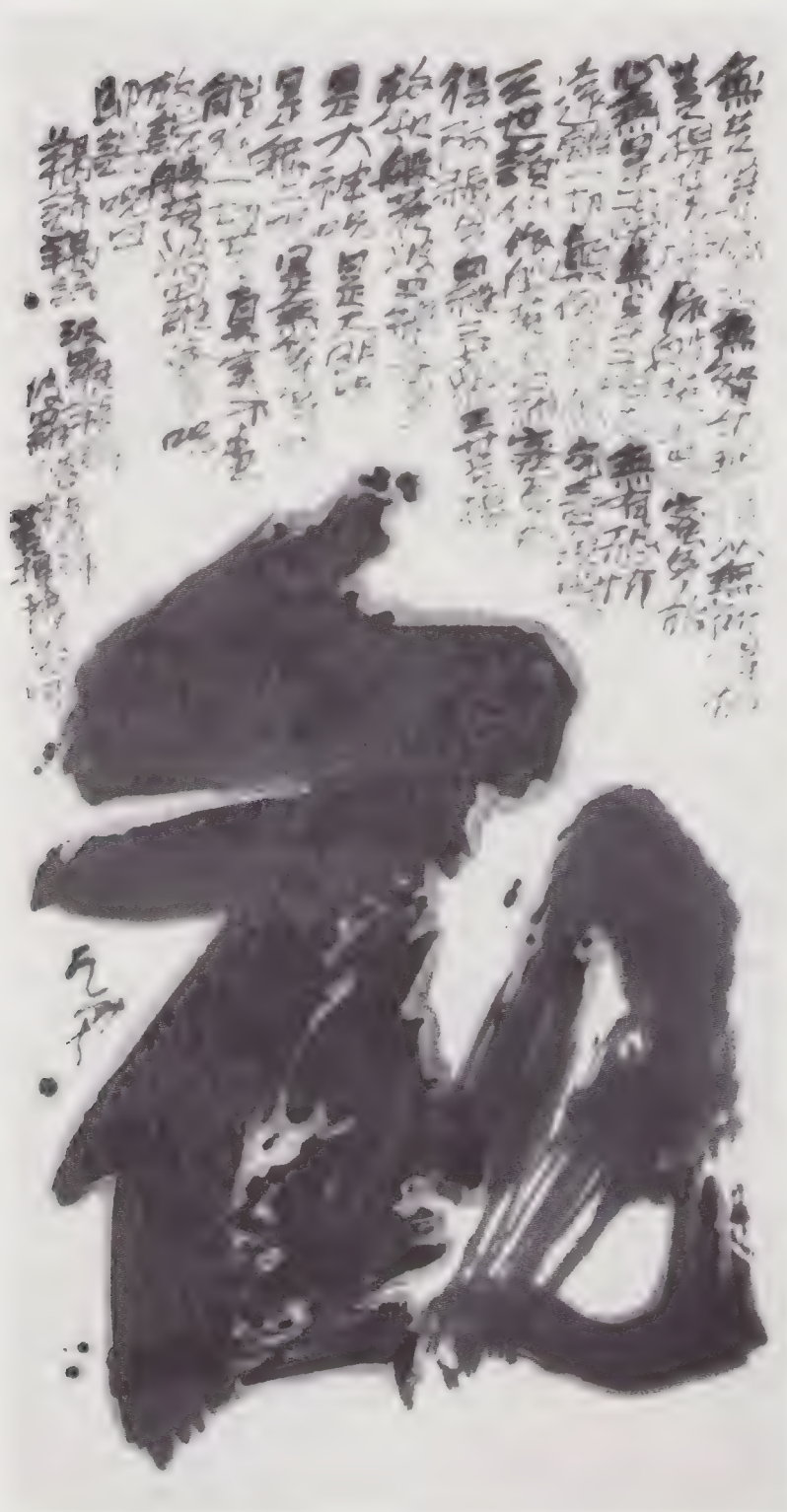
Freiheit aus. Die Veränderungen manifestieren sich in der Regel im Reifeprozess des Einzelnen und lassen sich an den Werken, betrachtet man sie über mehrere Jahre, ablesen. Ein Ausbrechen aus dem einmal eingeschlagenen künstlerischen Weg innerhalb der Schreibkunst kommt so gut wie niemals vor.

Bei den Gruppen und Gruppierungen ist es etwas anderes, sofern es sich um fest organisierte handelt. Man scheidet aus, weil die eigene stilistische Entwicklung allmählich etwas anders verläuft, ohne jedoch diametral entgegengesetzt zu sein. So trennte sich beispielsweise Sogen Eguchi (siehe GRAPHIS 142, S. 144, Abb. 5) vor einiger Zeit von der *Boku-jin*-Gruppe, da das Lyrische in seinem Stil deutlicher zum Ausdruck kam. Man gibt aber auch die Zugehörigkeit zu einer Gruppe auf, weil die Zeit gekommen ist, um Jüngerer Platz zu machen. So trat Shiryu Morita (Abb. 1), Hauptgründer der *Boku-jin*-Gruppe, der sie international bekannt machte, ebenfalls im vorigen Jahr zurück. Einige

Zeit zuvor gab Sofu Okabe (Abb. 5) die Leitung seiner *Soro-sha*-Gruppe ab. Meist bleibt man aber trotzdem der Gruppe verbunden.

Querverbindungen zwischen Gruppen herzustellen, ist nicht einfach, zumal sich die gesamten Gruppen noch einmal in zwei, drei Lager teilen, nämlich in Gruppen, deren Mitglieder zur staatlichen Nitten-Ausstellung gehören und meist auch durch die *MAINICHI*-Zeitung ausstellen, dann solche, die ihre eigenen Ausstellungen als Gruppe organisieren, und schliesslich die – wenigen – Einzelgänger. Bei internationalen Ereignissen, also nach aussen, treten sie durchaus gemeinsam auf, wie letzstens 1976 in der grossen, vom Klingspor-Museum in Offenbach veranstalteten *Sbo*-Ausstellung.

Diese Gruppierungen werden jedoch etwas überspielt durch die Verpflichtungen, die der einzelne Künstler seinem Lehrer und Vorbild, sowie wiederum dessen Lehrer gegenüber, der meist als einer der grossen Meister verehrt wird, empfindet. So sehen beispielsweise Shiryu





Morita und Yuichi Inoue (Abb. 6) ihren Lehrer in Sokyū Ueda (1899–1968), und Taihō Yamazaki seinen in Yukei Tejima. Beide aber, Ueda wie Tejima, waren Schüler von Tenrai Hidai (1872–1939), einem der grossen Väter der modernen Schreibkunst, so dass in ihm die Wurzeln verschiedener Richtungen zu finden sind.

Bei alledem ist es ausserordentlich schwierig, einen vollständigen Überblick über die heutige Situation zu geben, muss man sich doch vorstellen, dass es in Japan Hunderte von Schreibmeistern von hohem künstlerischen Rang gibt, die alle Stile und Richtungen vertreten. Mag sein, dass sich in letzter Zeit wieder das literarische, auch religiöse Moment etwas stärker in den Vordergrund schiebt; jedenfalls macht die von Shiryū Morita für diese Zeitschrift getroffene Auswahl diesen Eindruck. Doch hat deshalb das philosophisch und auch religiös bedeutsame Einzelzeichen nicht an Gewicht verloren.

Morita selbst demonstriert es: das Zeichen *Do* (der Weg), zeigt ihn auf dem Weg zu einem neuen Höhepunkt, in dem sich Schönheit der Form und Linie mit der Sprödigkeit der Reife vereinen werden (Abb. 1). Ihm sehr nahe steht Norio Imaoka, er schreibt zwei Zeichen, die Schwere und Leichtigkeit ausgezeichnet ausbalancieren (Abb. 2) und einen Eindruck der Ruhe vermitteln. Immer wieder faszinieren die Schreibmeister auch die alten Schriftformen. Sie können etwas Gewaltiges haben, ein einziges Emblem, ein Befehl, wie das Schriftzeichen *Kō* (der Fürst, oder auch «öffentlich») von Sofu Okabe (Abb. 5), oder etwas Dokumentarisches, die Bürde der Geschichte, festgestellt durch Zeichen, die der Bildform noch nicht so weit entrückt sind. Doch sind solche Zeichen, geschrieben von Sanu Aoyama (Abb. 4) mit dem trockenen Pinselduktus späterer Schreibweise, heiter lebendig.

Dass ein Freundeskreis auch durchaus sehr verschiedene Stilrichtungen in sich vereinigen kann, zeigen gegenwärtige oder ehemalige Mitglieder der *Boku-jin*-Gruppe wie Yoshimichi Sekiya, der zuvor zwar stärker der Morita-Schule folgte. Jetzt setzt er mit mächtigem Pinsel halbkursive Einzelzeichen auf die Fläche und darüber in schmalen Linien, geschrieben wie einst die Inschriften auf Bildern, den dazugehörigen Text – es handelt sich um ein Sutra –, der durch die verlaufene Tusche malerisch rhythmisiert wird (Abb. 3). Ganz eigenwillig aber erscheint Yuichi Inoue. Vor kurzem trat auch er aus der *Boku-jin-kai* aus, ist ihr aber noch immer eng verbunden. In der Welt der japanischen Schreibkunst gehört er zu den bedeutendsten Köpfen. Wohl kaum ein anderer Schreibmeister hat ein Werk im Nationalmuseum für Moderne Kunst in Tokio. Er bedeckt mit fast widerborstigem Pinsel eine ganze Papierfläche, schreibt über sie hinweg, streicht durch, lässt Räume frei, um so sein eigenes Gedicht zu gestalten (Abb. 6). Das alles ist die Widerspiegelung einer sehr starken Auseinandersetzung mit sich selbst.

Der japanischen Silbenschrift wird diesmal relativ breiter Raum gewidmet. Noch immer schreibt man diese eleganten, meist schmalen *Kana*-Zeichen, wie sie schon vor etwa tausend Jahren geschrieben wurden. Doch wirken auch diese Blätter durchaus modern. Sie drücken die Empfindungen, die innere Situation eines Schreibers genau aus, wie die grossen, vehement geführten Pinsellinien. Hinzu tritt eine ausserordentliche Schönheit der einzelnen Linien, die im Gedicht von Keikin Hori (Abb. 7), deren trockene Linien in einem Tupfer enden können, ästhetisch ausserordentlich reizvoll sind. Noch immer ist die Vielfalt der modernen japanischen Schreibkunst gross, und man wird sie niemals vollständig beschreiben können.

Il y a dix ans, GRAPHIS présentait pour la première fois l'art moderne de l'écriture *sho* au Japon. Une décennie, c'est une période relativement longue en Occident, qui suffit pour voir les courants artistiques se réorienter à plusieurs reprises, alors qu'au Japon, dix ans ne comptent guère, surtout au vu de l'ancienneté de la tradition d'écriture sino-japonaise. Fort prisée comme expression de la personnalité totale, la «voie» (*do*) de l'écriture (*sho*), soit le *sho-do*, est considérée depuis le XIV^e siècle comme l'égale des autres Voies, celles de la cérémonie du thé ou *cha-do* et de la cérémonie des fleurs ou *ka-do*. Le nombre d'œuvres *sho* réalisées à ce jour atteint des proportions considérables, et la production continue par le truchement du pinceau, de l'encre de Chine, du papier et des caractères chinois traditionnels. On se reportera avec fruit aux explications techniques données dans GRAPHIS 142 pour les détails de réalisation inhérents au *sho-do*. Les transformations qui ont affecté cet art de l'écriture au cours de la décennie écoulée sont fonction des individualités et de la structure des groupes qui s'y adonnent bien plus que d'une conversion formelle, thématique ou sémiologique telle que nous la

connaissons sans relâche en Occident, et dont l'influence, si elle se produisait en Extrême-Orient, resterait fort limitée. Cela tient tout d'abord à la forme même que prend cet art: les caractères et les matériaux – pinceau, encre de Chine, papier – sont invariables; le côté création s'affirme dans le délinéé (qui suit de toute façon un modèle), dans les proportions du noir et du blanc, du volume et de l'espace qui résultent du tracé, et dans l'intensité de l'exécution et les marques visibles qu'elle laisse sur le support papier. C'est dans cet élan créateur que s'expriment l'explication avec le Moi profond, l'ouverture aux forces vives de la personnalité et le degré de liberté auquel atteint l'artiste au cours de ce processus d'autoréalisation. Il y a aussi transformation de la scène du *sho* en fonction de la maturation des individus qui y participent, maturation dont témoigne la progression des œuvres d'un artiste donné au fil des années. Il n'y a pratiquement pas de rupture au sein du cheminement individuel des artistes *sho*, qui est un approfondissement continu.

Les groupes, évidemment, se font et se défont au gré de l'affirmation plus poussée d'une individualité s'écarter de l'esprit du groupe sans

4) SANU AOYAMA, born 1912, *Four Signs* (Black-and-White Wandering).

5) SOFU OKABE, born 1910, *Ko* (Prince, Public in the sense 'not to conceal oneself').

4) SANU AOYAMA, geboren 1912, *Vier Zeichen* (Schwarzweisse Wanderung).

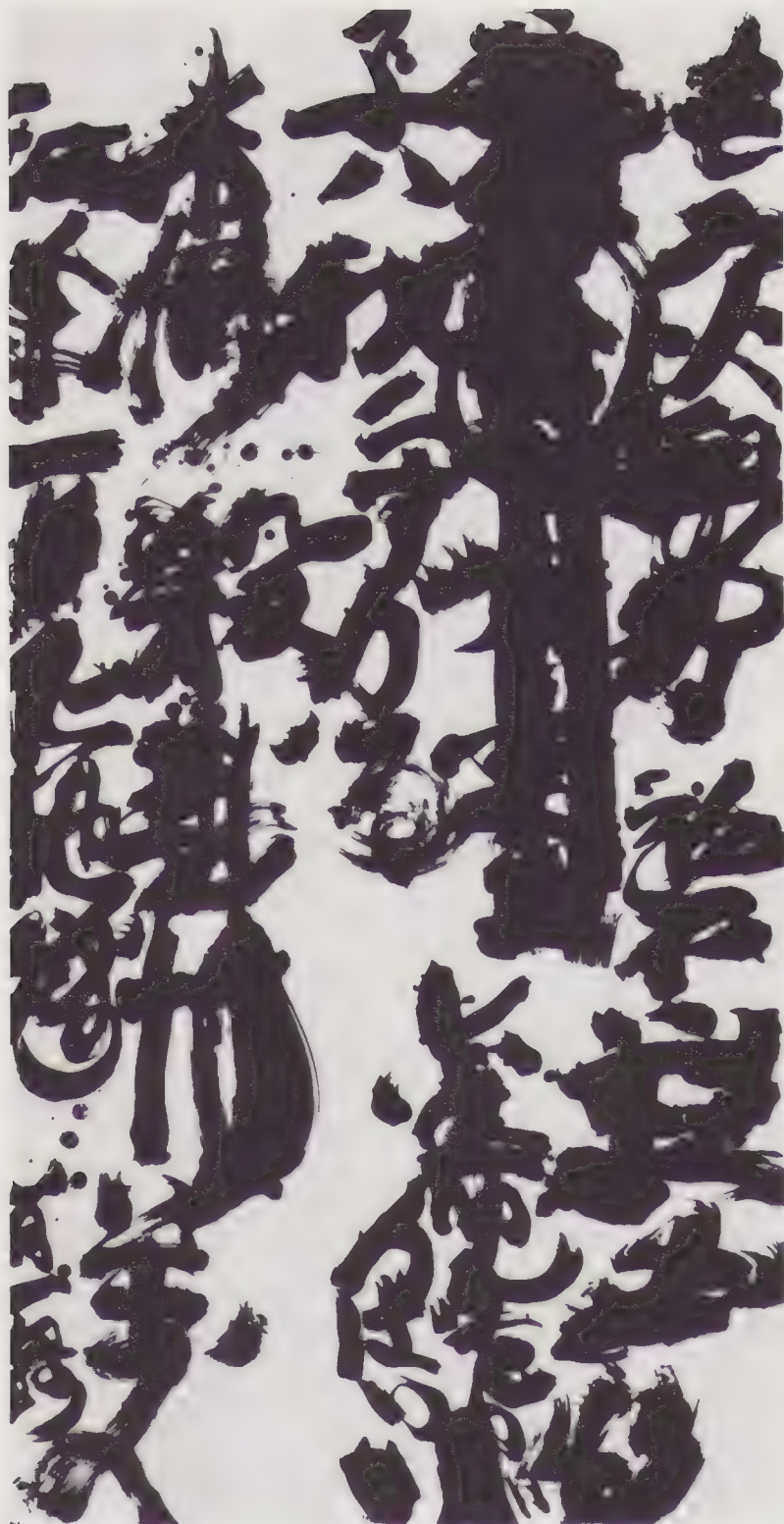
5) SOFU OKABE, geboren 1910, *Ko* (Fürst, öffentlich, in der Bedeutung «sich nicht verbergen»).

4) SANU AOYAMA, né en 1912, *Quatre Signes* (La Randonnée noir et blanc).

5) SOFU OKABE, né en 1910, *Ko* (Le Prince, Public au sens de «ne pas se cacher à la vue»).

Japanese Calligraphic Art
Japanische Schreibkunst
L'art japonais de l'écriture





6) YUICHI INOUE, born 1916, poem: *The Big Air-Raid on Tokyo*:
Wild fire falls on confused fugitives,
Parents fling themselves over their beloved children,
Children cling to their parents,
The American machines massacre a hundred thousand,
In this one night the quarter east of the river is turned into a hell.

6) YUICHI INOUE, geboren 1916, Gedicht: *Der grosse Luftangriff auf Tokyo*:
Wildes Feuer fällt über verwirrt Flüchtende her,
Eltern werfen sich über ihre geliebten Kinder,
Kinder klammern sich an ihre Eltern,
Die amerikanischen Maschinen metzeln hunderttausend Menschen nieder,
In dieser einen Nacht verwandelt sich das Viertel östlich des Flusses in eine Hölle.

6) YUICHI INOUE, né en 1916, poème *Le Grand Raid aérien sur Tokyo*:
Le feu sauvage s'abat sur les fugitifs paniqués,
Les parents couvrent leurs enfants bien-aimés de leur corps,
Les enfants s'accrochent à leurs parents,
Les machines américaines massacrent cent mille personnes,
En cette seule nuit, le quartier situé à l'est du fleuve est transformé en enfer.

toutefois s'y opposer du tout au tout. C'est ainsi que Sogen Eguchi (cf. GRAPHIS 142, p. 144, fig. 5) a quitté il y a quelque temps le groupe *boku-jin* en opérant un retour plus prononcé au lyrisme. Et puis, la tradition veut que les aînés fassent place aux jeunes. Ainsi, Shiryu Morita (fig. 1), fondateur principal du groupe *boku-jin* qu'il fit connaître au plan international, l'a quitté l'an dernier. Peu de temps auparavant, Sofu Okabe (fig. 5) renonçait à la direction de son groupe *soro-sha*. Mais quitter un groupe, ce n'est pas lui tourner le dos, on y reste associé en esprit.

Il est assez malaisé d'établir des analogies ou de constater des différences d'un groupe à l'autre, notamment du fait que chaque groupe se subdivise en deux ou trois sous-groupes suivant que ses membres participent à l'exposition *nitten* organisée par l'Etat et publient pour la plupart ensuite dans le journal *MAINICHI*, ou qu'ils préfèrent organiser eux-mêmes des expositions collectives marquées du sceau de l'avant-garde jusqu'à un certain point, ou encore qu'ils se tiennent à l'écart des manifestations collectives; toutefois, ce genre de solitaires est assez rare. Ce n'est qu'au plan international que les groupes se soudent et font bloc lors d'expositions à l'étranger, telle la grande exposition *sho* de 1976 qu'a accueillie le Musée Klingspor d'Offenbach, en Allemagne fédérale.

Ce qui compte plus encore que l'appartenance à un groupe, c'est la fidélité qu'un artiste donné doit à son maître et modèle ainsi qu'au maître de celui-ci, généralement vénéré comme grand-maître *sho*. C'est ainsi que Shiryu Morita et Yuichi Inoue (fig. 6) considèrent comme leur maître Sokyu Ueda (1899-1968), alors que Taiho Yamazaki se réfère à Yukei Tejima, et que Ueda et Tejima, à leur tour, ont été les disciples de Tenrai Hidai (1872-1939), l'un des pères fondateurs de l'art moderne de l'écriture japonaise et le tronc commun d'où sont sorties des branches d'orientation diverse.

L'arbre en question est déjà bien touffu, puisque l'on compte par centaines, au Japon, les maîtres *sho* de haute réputation représentant toute une gamme de styles et de tendances, ce qui rend difficile tout tableau d'ensemble. Contentons-nous de signaler que ces derniers temps, l'élément littéraire, voire religieux s'affirme avec plus de force et multiplie les textes, poèmes, soutras, etc. aux dépens de l'interprétation de caractères isolés. C'est en tout cas ce qui ressort de la sélection opérée pour le présent article par Shiryu Morita. La base de l'art *sho* reste toutefois l'expérience intime, à portée religieuse et philosophique, du caractère considéré en soi.

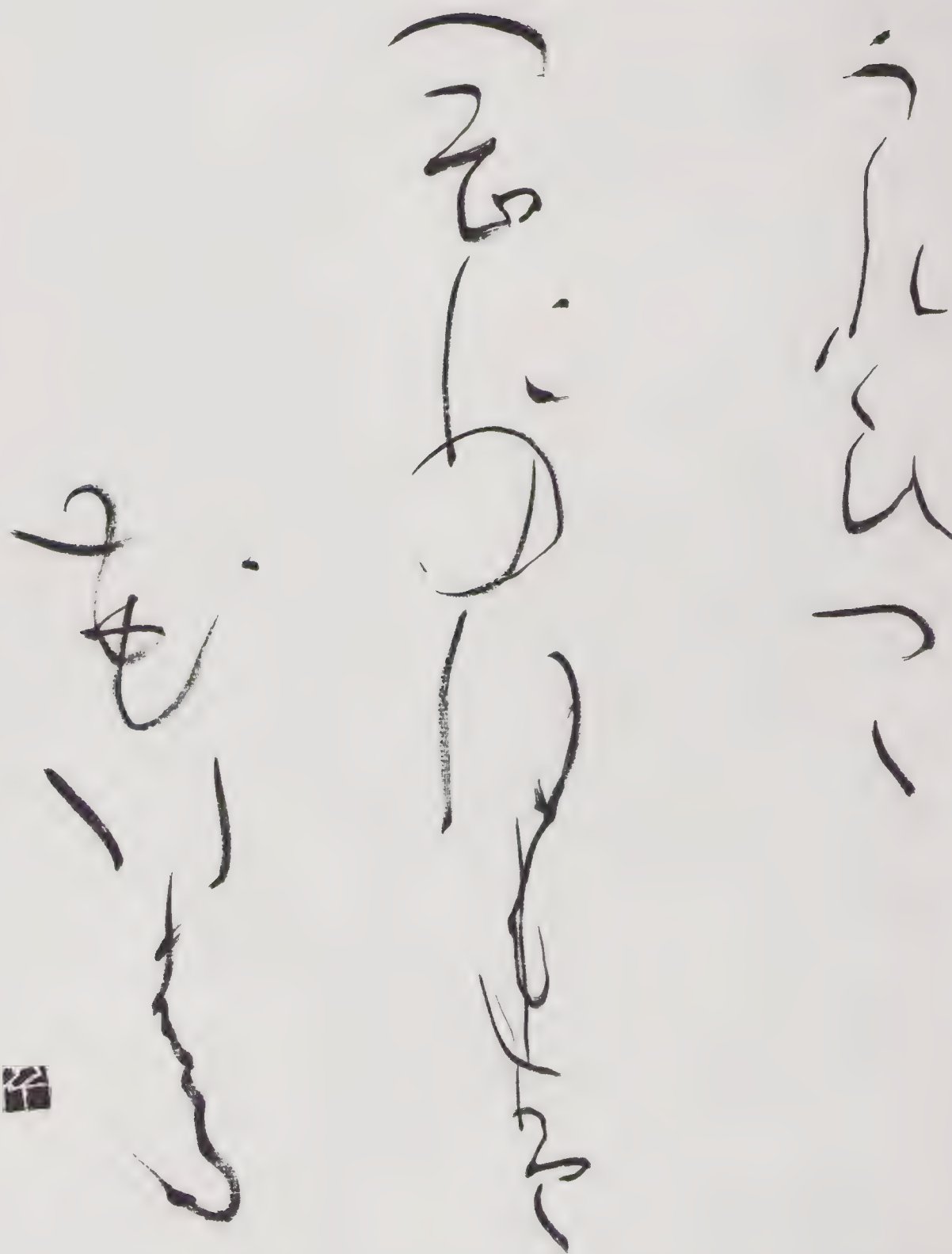
C'est Morita lui-même qui en fait la démonstration: le signe *do* (la voie) le montre en route vers un nouveau sommet alliant la beauté de la forme et du trait à l'aspect contenu de la maturité (fig. 1). Très proche de lui, Norio Imaoka met en équilibre harmonieux deux signes exprimant la pesanteur et la légèreté (fig. 2) et produisant ainsi une impression de calme et de plénitude. Les maîtres *sho* sont toujours fascinés par les vieux caractères dont la puissance est indéniable, ordonnatrice ou emblématique, tel *ko* (le prince, mais aussi «public») dans la version de Sofu Okabe (fig. 5), ou encore documentaire, incarnant le poids de l'histoire en contact encore visible avec l'image du départ, comme on le voit chez Sanu Aoyama (fig. 4), qui confère à sa création vivacité et gaieté dans le style tardif du coup de pinceau léger.

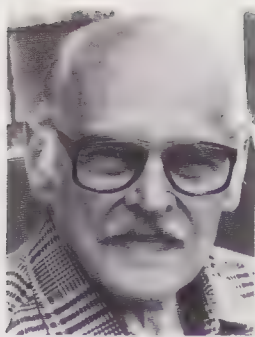
Un groupe de pratiquants du *sho-do* peut fort bien, en toute amitié, opter pour une diversité de styles, comme le montrent les membres anciens ou actuels du *boku-jin*, par exemple Yoshimichi Sekiya, autrefois associé de plus près à l'école Morita. Il appose aujourd'hui des caractères semi-cursifs isolés sur la surface à l'aide d'un énorme pinceau, puis écrit au-dessus le texte correspondant en lignes gracieuses évoquant les anciennes légendes d'images. Ce texte, un soutra, acquiert son rythme pictural par les éclaboussements d'encre de Chine (fig. 3). En esprit indépendant, Yuichi Inoue, qui a récemment démissionné du *boku-jin-kai* (*kai* = club) tout en gardant le contact, couvre la quasi totalité du papier de son pinceau presque réticent; il rature, [Suite à la page 186]

7) KEIKIN HORI, born 1907, a haiku by Shiki Masaoka.

7) KEIKIN HORI, geboren 1907, Haiku-Gedicht von Shiki Masaoka.

7) KEIKIN HORI, né en 1907, un haïku de Shiki Masaoka.





■ FRITZ EICHENBERG was born in Cologne in 1901, studied and served an apprenticeship as a lithographer there, went on to study graphic art in Leipzig and worked for a publisher in Berlin before the advent of Hitler and his move to the USA in 1933. There he illustrated some of the world's classics with wood engravings and lithographs, among them the works of Poe and the Brontë sisters. He taught at Pratt Institute from 1947 onwards, founded the Adlib Press and moved in 1966 to Rhode Island, where he has since lived. Between 1972 and 1978 he received four honorary degrees in the fine arts. He has also written two books, *The Art of the Print* and *The Wood and the Graver*. He is now generally recognized as the grand old man of wood engraving. His masterly technique has changed little over the years, except perhaps to get better. But his prints display more than technique alone: a rare vitality and dramatic force, and the deep concern for human values that inspires an artist who has at all times stood up for right, justice and peace. *Editor*

Fritz Eichenberg

■ FRITZ EICHENBERG, 1901 in Köln geboren, absolvierte dort eine Lehre als Lithograph, bevor er in Leipzig Graphik studierte. Vor der Aera Hitler und seiner Übersiedlung nach den USA (1933) arbeitete er für einen Berliner Verlag. In Amerika illustrierte er Klassiker der Weltliteratur mit Holzschnitten und Lithographien, unter anderem die Werke von Poe und der Geschwister Brontë. Von 1947 an unterrichtete er am Pratt Institute, gründete die Adlib Press und zog 1966 nach Rhode Island, wo er seither lebt. Zwischen 1972 und 1978 erhielt er Ehrengleichungen von vier Fakultäten der freien Kunst. Er hat auch zwei Bücher geschrieben: *The Art of the Print* und *The Wood and the Graver*. Heute gilt er als der grosse alte Meister des Holzschnitts. Seine hervorragende Technik hat sich während der Jahre nur wenig verändert, aber seine Holzschnitte zeugen von weit mehr als von Beherrschung der Technik: von seltener Vitalität und dramatischer Intensität und von einem tiefen Bewusstsein menschlicher Werte. *Redaktion*

■ FRITZ EICHENBERG est né en 1901 à Cologne, où il fit ses études et son apprentissage de lithographe avant d'aller étudier l'art graphique à Leipzig. Il travaille pour un éditeur berlinois quand, en 1933, il s'expatrie aux Etats-Unis où il illustre des chefs-d'œuvres de la littérature mondiale (bois et lithos), dont les œuvres de Poe et des sœurs Brontë. Il enseigne au Pratt Institute dès 1947, fonde les Editions Adlib et s'installe en 1966 à Rhode Island. Entre 1972 et 1978, il se voit décerner des titres honorifiques par quatre facultés des beaux-arts. On lui doit deux ouvrages, *The Art of the Print* et *The Wood and the Graver*. Il est aujourd'hui considéré comme le grand vieux maître de la gravure sur bois. Sa technique exceptionnelle a peu varié au cours du temps, mais ses gravures témoignent de bien autre chose que d'une maîtrise technique: d'une vitalité et d'une intensité dramatique hors pair, d'une ouverture sociale chaleureuse. *La Rédaction*

Fritz Eichenberg is a very special man. Throughout his long career as an artist, illustrator, teacher and writer he has not lost sight of his humanist values. He is a man whose work has been praised by luminaries such as Albert Einstein, honoured by museums and universities, and revered by students and teachers alike. But in spite of this acclaim he continues to be a soft-spoken, compassionate man, eager to contribute his talents and time to the causes and individuals he believes in. His life is an epic, highlighted by meaningful and uncompromising expression. His achievements would fill many pages, but it is his current work which is of most concern here.

In this, Eichenberg's seventy-ninth year, one finds a man rich in creative energy. Not content to duplicate his previous graphic triumphs

as the virtuoso illustrator of numerous classics, he is prolifically producing wood engravings pregnant with social comment. He says, 'I will never take another book where I cannot put my whole conviction into it.' Pleasing as his illustrations for *Wuthering Heights*, *Crime and Punishment*, *Fathers and Sons*, among others, have been for him, and passionate as his love for Dostoevsky and Turgenev remains, describing the present condition of man is of utmost importance. He is no stranger to graphic commentary. In his early years in Berlin, he worked as a satirist and cartoon journalist for the periodical UHU. His annual New Year's greetings, initiated in 1923 as small prints, have consistently included messages of social importance: for example, his 'Noah's Ark' card of 1941 warned of impending doom, while his more recent 'Peaceable Kingdom' wood engraving speaks of optimism and hope. As a new immigrant in the United States he became a regular contributor to THE NATION, where he graphically attacked Fascism, racial and class injustice and political hypocrisy in a manner free from ideological dogma. His ongoing contributions to Dorothy Day's *Catholic Worker*, such as 'Jesus on the Breadline', exemplify his own ecumenical beliefs. As an active Quaker, he embraces only one doctrine, that of concern for his fellow man. And now, in his later years, Eichenberg believes that by creating images of social consciousness, supported by his marvellous sense of humour, and publishing them so that they reach many segments of the public, he is giving something of himself to his fellow man.

His recent work is a combination of classical themes with contemporary twists. In his portfolios, such as 'Erasmus: In Praise of Folly', 'Fables With A Twist', and 'The Adventurous Simplicissimus', he chooses subjects so that he can craftily employ their universal attributes in order to comment on issues as diverse as Watergate, drug abuse and nuclear energy. His critical relationship to our social ills is eloquently articulated through his exquisite wood engraving technique and his unique literary sensibility. The virtuosity of a print such as 'Endangered Species' invites the viewer, be he friend or foe, into the picture and then

1) Illustration for a Random House edition of Emily Brontë's *Wuthering Heights*, 1943: Heathcliff under the tree. Wood engraving, 10 1/4 x 7 in.

1) Illustration für eine amerikanische Ausgabe von Emily Brontës *Sturmhölle*, 1943: Heathcliff unter dem Baum. Holzschnitt, 26 x 18 cm.

1) Illustration pour une édition des *Hauts de Hurlevent*, par Emily Brontë, publiée par Random House en 1943: Heathcliff sous l'arbre. Gravure sur bois, 26 x 18 cm.



proceeds to impart its vivid message. Often he will write a text, a fable or moral, adding further strength to the art. At a time when most contemporary 'protest art' has a fearsome grotesque quality, Eichenberg's prints are aesthetically soothing and conceptually biting.

He sees the function of his art as the communication of ideas. 'I get more and more satirical as I get older,' he says. 'In almost everything I do I see an outlet for my anger. For instance, I am working on a piece where I use a bison; for me this animal is transformed into a symbol of the American Indian, nearly extinct, wiped out by the greed of white society. I am also completing prints for E. B. White's *Once and Future King*. For me this has become an anti-war book. I just can't help myself from making comments of my own, it's in my veins.'

Given Eichenberg's history of meaningful social commentary, it is not surprising that his work went 'out of fashion' during the period of abstract art, when many artists withdrew into themselves, shunning realism as mere cliché. It is ironic, however, because Eichenberg is appreciative of so many genres of art. But most important for him is the art of the print. In his book *The Art of the Print*, he constructs a living monument to the many practitioners and their varied styles of printmaking. For him the print is a very accessible way of transmitting art and its message. And by extension the illustrated book is an even better vehicle for this communication. No wonder his work is so popular today.

His life revolves around his work and that of others. He is also a voracious reader and looker, and attempts to be up-to-date with all kinds of issues. He likes to meet and talk with young artists, often listening to

them more than speaking himself. However, those who are fortunate enough to spend some time with him leave richer than when they arrived. The fire of the reformer is still burning in him. 'A flame,' he says, 'which was lit by Goya, Daumier, Grosz and Kollwitz, and is hard to extinguish.' At the moment he is completing a series of prints for his own version of 'The Dance of Death', an extremely emotional project for him because he is dealing more harshly than ever before with the negative realities which threaten world peace and social equality. His work is never cynical, yet the grizzly truths he represents through these images make it hard for the viewer to feel hopeful. But this is exactly the artist's intention. For it was similar realities that caused him to leave Germany before Hitler's débâcle began, and also made him the spiritual man he is today. In order to defeat the horrors, one must first see them in their various guises. Fritz Eichenberg gives his audience much to ponder on. He has certainly been a powerful, albeit gentle, warrior in the struggle for human values.

2) Wood engraving illustrating *A Descent into the Maelström* by Edgar Allan Poe, $5\frac{1}{2} \times 3\frac{1}{2}$ in.

3) Illustration from Charlotte Brontë's *Jane Eyre* (Random House, 1943), $11\frac{1}{2} \times 8\frac{1}{4}$ in.

4) Illustration from *The Adventurous Simplicissimus* (Limited Editions Club, 1980), 14×12 in.

2) Holzschnitt für die Geschichte *Im Wirbel des Maelstroms*, von Edgar Allan Poe, 14×9 cm.

3) Illustration aus Charlotte Brontës *Jane Eyre* (Random House, 1943), 29×21 cm.

4) Illustration aus *Der abenteuerliche Simplicissimus* (Limited Editions Club, 1980), $35,5 \times 30,5$ cm.

2) Bois illustrant *A Descent into the Maelström*, d'Edgar Allan Poe, 14×9 cm.

3) Illustration pour *Jane Eyre*, de Charlotte Brontë (Random House, 1943), 29×21 cm.

4) Illustration pour *The Adventurous Simplicissimus* (Limited Editions Club, 1980), $35,5 \times 30,5$ cm.



2



3



Fritz Eichenberg ist ein besonderer Mensch. In seiner langen Laufbahn als Künstler, Illustrator, Lehrer und Schriftsteller hat er nie die menschlichen Werte aus dem Auge verloren. Koryphäen wie Albert Einstein priesen sein Werk, Museen und Universitäten ehrten, Schüler und Lehrer verehrten es. Dennoch blieb er ein stiller, mitfühlender Mensch, der sein Talent und seine Zeit seinen Überzeugungen und den Menschen, an die er glaubt, widmet. Sein umfangreiches Werk ist bedeutend und kompromisslos, aber von besonderem Interesse sind hier seine gegenwärtigen Arbeiten.

In diesem, Eichenbergs 79. Jahr begegnet man einem Mann voller schöpferischer Energie. Nicht zufrieden mit der Wiederholung seiner früheren zeichnerischen Triumphe als Illustrator zahlreicher Klassiker, produziert er laufend Holzschnitte mit sozialem Engagement. Er sagt: «Ich werde nie wieder einen Auftrag annehmen, bei dem ich nicht meine volle Überzeugung hineinlegen kann.» Wie sehr ihm die Illustrationen zu *Sturmhöhe*, *Schuld und Sühne*, *Väter und Söhne* auch Freude bereitet haben, wie leidenschaftlich seine Liebe zu Turgenjew und Dostojewski auch geblieben ist, der gegenwärtige Zustand der Menschheit ist ihm wichtiger. In jungen Jahren arbeitete er in Berlin für die satirische Zeitschrift UHU. Seine jährlichen Neujahrskarten seit 1923 brachten ständig auch Botschaften gesellschaftlicher Bedeutung: z. B. seine Karte «Arche Noah» von 1941 als Warnung vor hereinbrechendem Unheil, während sein später entstandener Holzschnitt «Reich des Friedens» Optimismus und Hoffnung ausdrückt. Als Neueinwanderer in die USA wurde er ständiger Mitarbeiter von THE NATION, worin er graphisch den Faschismus, Rassen- und Klassenunrecht und politische Heuchelei in ideologiefreier Weise attackierte. Seine fortlaufenden Beiträge in Dorothy Days *Catholic Worker*, wie «Jesus in der Schlange der Bedürftigen bei der Brotverteilung», sind beispielhaft für seine ökumenische

Überzeugung. Als aktiver Quaker glaubt er nur an eine Doktrin: die Sorge um seine Mitmenschen. Heute glaubt Eichenberg, dass er mit seinen das soziale Gewissen ansprechenden, humorgeprägten Bildern weiten Kreisen des Volkes etwas von sich selbst übermittelt.

Seine jüngsten Arbeiten sind eine Kombination klassischer Themen mit zeitgenössischem Einschlag. In seinen Mappen wie: «Erasmus: Lob der Torheit», «Fabeln mit Widerhaken» und «Der abenteuerliche Simplicissimus» wählt er Themen, deren allgemeingültige Attribute er geschickt verwenden kann, um so verschiedene Probleme wie Watergate, Drogenmissbrauch und Kernenergie zu kommentieren. Seine kritische Beziehung zu diesen sozialen Fragen artikuliert er beredt mit seiner hervorragenden Holzschnittechnik und seiner einmaligen literarischen Sensibilität. Die Virtuosität eines Schnittes, wie etwa «Gefährdete Arten», spricht den Betrachter, Freund oder Feind, unwiderstehlich an. Oft gibt er seiner Kunst mit einem Text noch verstärkte Wirkung. Während zeitgenössische «Protestkunst» meist grotesk wirkt, sind Eichenbergs Bilder zwar thematisch beissend, aber ästhetisch angenehm.

Er sieht die Funktion seiner Kunst in der Kommunikation von Ideen. «Je älter, um so satirischer werde ich», sagt er. «Fast alles, was ich tue, ist ein Ventil für meinen Zorn. Während ich etwa gerade an einem Bison arbeite, wird dieses Tier für mich zum Symbol für den von der Habsucht der Weissen fast ausgerotteten Indianer. Ich beende gerade die Illustrationen für E. B. Whites *Once and Future King*, das für mich ein Antikriegsbuch geworden ist. Ich muss einfach meine Kommentare abgeben, das liegt mir so im Blut.»

Da ist es nicht überraschend, dass Eichenbergs Werk in der Periode abstrakter Kunst, als viele Künstler sich in sich selbst zurückzogen und den Realismus als blosses Klischee mieden, aus der Mode gekommen ist. Es ist eine Ironie, da gerade Eichenberg für so viele Kunstströmungen empfänglich ist. Doch am wichtigsten ist ihm die Kunst des Druckes. In seinem Buch *The Art of the Print* errichtet er den vielen Künstlern und ihren Stilen ein lebendiges Denkmal. Für ihn ist der Druck – und besonders die Buchillustration – ein sehr geeignetes Vehikel zur Übermittlung von Kunst und ihrer Botschaft. Kein Wunder, dass sein Werk heute so beliebt ist.

Er ist unersättlich im Lesen und Betrachten und versucht, auf vielen Gebieten auf dem laufenden zu bleiben. Er unterhält sich gern mit jungen Künstlern und hört dabei oft mehr zu, als dass er selbst redet. Wer das Glück hat, einige Zeit mit ihm zu verbringen, verlässt ihn innerlich bereichert. Das Feuer des Reformers brennt noch in ihm. «Eine Flamme», sagt er, «die von Goya, Daumier, Grosz und Kollwitz entzündet wurde und schwer auszulöschen ist.» Zur Zeit vollendet er eine Serie von Holzschnitten seiner Version des «Totentanzes», ein sehr emotionales Projekt, in dem er härter denn je mit der negativen Wirklichkeit umspringt, die den Weltfrieden und die soziale Gerechtigkeit bedroht. Sein Werk ist nie zynisch, aber die grässliche Wahrheit in seinen Bildern macht dem Betrachter die Hoffnung schwer. Doch dies entspricht der Absicht des Künstlers, denn eine ähnliche Wirklichkeit zwang ihn zum Verlassen von Hitlerdeutschland. Um das Grauen zu besiegen, muss man es erst in seinen verschiedenen Masken erkennen. Fritz Eichenberg gibt seinem Publikum viel zum Nachdenken. Er ist ein machtvoller, dabei aber gütiger Streiter für die menschlichen Werte.

ENDANGERED SPECIES



5) Dust jacket of *Endangered Species*, a book of 'fables with a twist' published by Stemmer House, 1979. Animals in black, yellow and red, blue ground, 11 1/2 x 8 1/2 in.

6) Page from *Endangered Species*, illustrating a fable about total disarmament.

5) Schutzumschlag des Fabelbuches *Endangered Species* (Gefährdete Arten), 1979 in den USA von Stemmer House herausgegeben. Tiere in Schwarz, Gelb und Rot, blauer Grund, 29,5 x 21,5 cm.

6) Seite aus *Endangered Species*, zu einer Fabel über die totale Abrüstung.

5) Jaquette du recueil de fables «spéciales» *Endangered Species* (Espèces en péril), publié aux Ed. Stemmer House en 1979. Animaux en noir, jaune et rouge sur fond bleu, 29,5 x 21,5 cm.

6) Page de *Endangered Species* illustrant une fable sur le désarmement total.





Fritz Eichenberg est un homme remarquable. Tout au long de sa carrière exceptionnellement féconde, cet artiste, illustrateur et professeur n'a pas dévié d'un pouce de ses convictions d'humaniste. Son œuvre a été louée par des génies tels qu'Einstein, honorée par des musées et des universités, révérée par ses étudiants et ses confrères professeurs. Malgré toute cette gloire, il reste l'homme doux et plein de compassion qui aspire à mettre son talent et son temps au service des causes et des grandes figures auxquelles il croit. Sa vie est une épopée d'expressivité intense n'admettant aucun compromis. L'énumération de ses œuvres remplirait des pages et des pages. Pourtant, c'est bien ses créations actuelles qui devraient retenir toute notre attention ici.

Eichenberg est entré dans sa 79^e année et déborde toujours d'énergie vive. Non content d'ajouter encore à son palmarès d'illustrateur prodigieux des chefs-d'œuvre de la littérature mondiale, il produit à tour de bras des gravures sur bois sur des sujets d'actualité sociale, proclamant qu'il «n'illustre plus aucun livre où il ne puisse investir toute sa conviction». Il a certes aimé illustrer *Les Hauts de Hurlevent*, *Crime et châtiment*, *Pères et fils*, parmi tant d'autres, et reste un fervent admirateur de Dostoïevski et de Tourgueniev; pourtant, la condition humaine de notre temps lui semble un sujet d'expression graphique plus important. Ses débuts dans la satire remontent à ses années de jeunesse berlinoises (revue UHU). Les cartes de vœux de Noël qu'il envoie depuis 1923 sont toujours à caractère social: en 1941, «L'Arche de Noé» annonçait l'apocalypse imminente; son récent bois «Royaume pacifique» est porteur d'espoir. Immigrant de fraîche date aux Etats-Unis, il combattit dans THE NATION le fascisme, le racisme, l'injustice sociale et l'hypocrisie en politique sans jamais s'inféoder à aucune idéologie. Ses contributions actuelles au *Catholic Worker* de Dorothy Day, p. ex. «Jesus on the Breadline» («Jésus faisant la queue pour une distribution de pain»), témoignent de ses opinions œcuméniques. Ce quaker engagé n'accepte qu'une doctrine, celle du souci du prochain. En prenant de l'âge, Eichenberg croit qu'en créant des images reflétant une prise de conscience sociale, en les investissant de son humour inégalable, et en les publiant de manière à les faire connaître d'autant de gens que possible, il donne quelque chose de lui-même à ses contemporains.

Ses travaux récents combinent des thèmes classiques et des problèmes contemporains. Dans des albums tels que «Erasmus: In Praise of Folly» (Erasmus: Eloge de la folie), «Fables With A Twist» (Fables avec un hic) et «The Adventurous Simplicissimus» (La Vie de l'aventurier Simplicius Simplicissimus), il fait appel à des sujets universels qui se prêtent admirablement aux applications subtiles qu'il en fait aux problèmes les plus divers, du Watergate à l'énergie nucléaire en passant par les toxicoma-

7) Page from *Endangered Species*, showing the owl as watchman of the night.

8) From *Endangered Species*, illustrating the fable of the donkey who donned a lion's skin and became leader of the donkeys.

9) From *Endangered Species*, illustrating a fable about a mouse who made a contract with a trapped lion and thereby saved his life—but sold him to a circus.

7) Seite aus *Endangered Species* mit der Eule als Nachtwächter der Tierwelt.

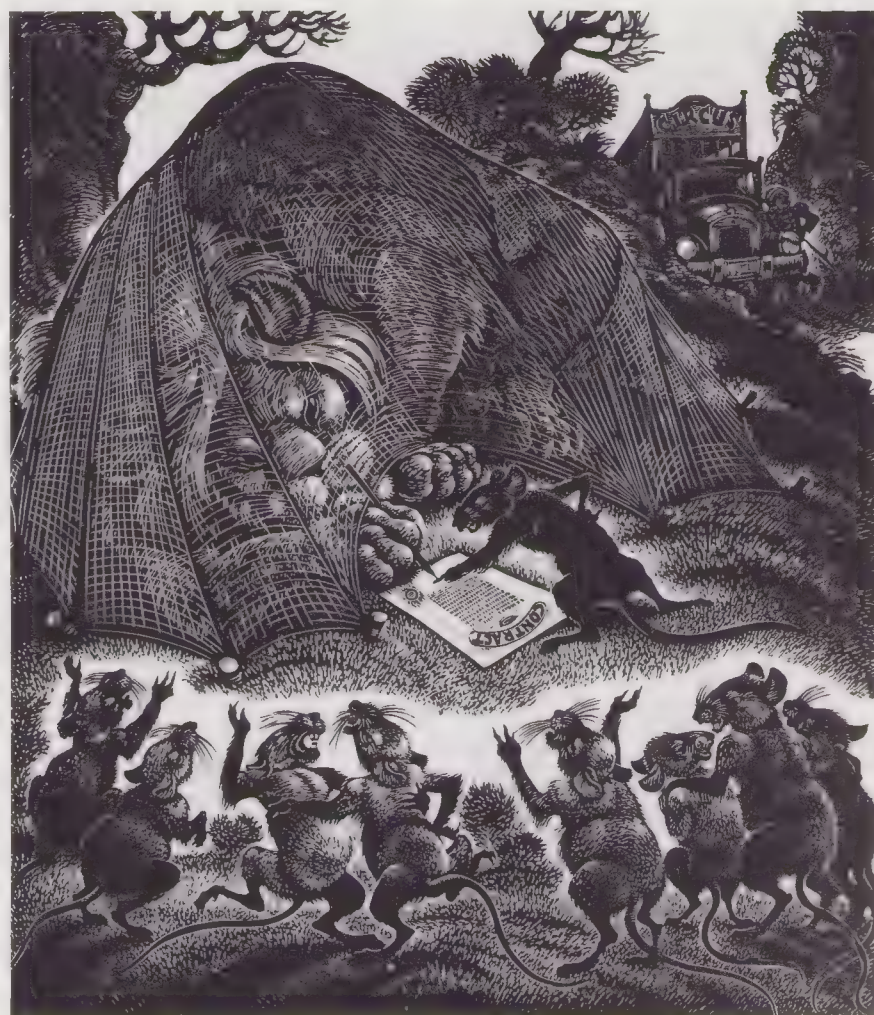
8) Illustration für eine Fabel aus *Endangered Species*. Der Esel zieht sich ein Löwenfell über und wird Anführer der Esel.

9) Illustration für *Endangered Species*. Eine Maus macht mit einem gefangenen Löwen einen Vertrag und rettet so sein Leben — verkauft ihn aber an einen Zirkus.

7) Page de *Endangered Species*. On y voit le hibou monter la garde, la nuit.

8) Illustration pour *Endangered Species*, en l'occurrence la fable où l'on voit un baudet endosser une dépouille de lion et devenir le chef des ânes.

9) Dans cette fable de *Endangered Species*, une souris fait un pacte avec un lion pris au piège et lui sauve la vie — mais c'est pour le revendre à un cirque.





10



11

10) 11) Detail of the drawing and the corresponding wood engraving from an illustration of a fable about an insect civilization in the book *Endangered Species*.

12) Illustrations of unbelievable tales from *The Adventurous Simplicissimus*, 14 x 12 in.

10) 11) Zeichnungsausschnitt und entsprechender Holzschnitt aus einer Illustration einer Fabel über eine Insekten-Zivilisation im Buch *Endangered Species*.

12) Illustration von unglaublichen Geschichten aus *Der abenteuerliche Simplicissimus*, 35,5 x 30,5 cm.

10) 11) Détail du dessin, et gravure sur bois correspondante. Illustration d'une fable sur une civilisation d'insectes publiée dans *Endangered Species*.

12) Illustrations de récits à dormir debout, *The Adventurous Simplicissimus*, 35,5 x 30,5 cm.

nies. La relation critique qu'il entretient avec ces sources de malaise dans la société s'exprime avec éloquence à travers son exquise technique de la taille d'épargne et son extraordinaire sensibilité littéraire. La virtuosité des planches qui constituent l'ouvrage *Endangered Species* (Espèces en péril) fait pénétrer partisans et adversaires du graveur dans l'image par la puissance du même charme et rend le message qui y est infus inéluctable. Il lui arrive souvent d'ajouter un texte, une fable, une moralité, qui vient renforcer l'impact visuel. A une époque où la plupart des œuvres artistiques au service de la contestation sombrent dans le grotesque, les gravures d'Eichenberg sont esthétiquement apaisantes, mais corrosives sur le plan des idées.

Il voit la fonction de son art dans la communication d'idées. «Plus je vieillis, et plus je me fais satirique, dit-il. Dans presque tout ce que je vois, je perçois un motif de sainte rage. C'est ainsi que, travaillant sur un bison, je le transforme en symbole de l'Indien Peau-Rouge, quasiment exterminé, effacé de la surface de la Terre par la cupidité de l'homme blanc. Je termine en ce moment une série de gravures pour le livre *Once and Future King* de E. B. White. J'en ai fait un livre contre la guerre. Je ne peux pas m'empêcher de faire des commentaires personnels, c'est simplement plus fort que moi.»

Ce commentateur social a forcément connu une éclipse à l'époque où l'art abstrait était en vogue, où nombre d'artistes se repliaient sur eux-

mêmes et répugnaient à la représentation réaliste taxée de cliché. Pourtant, Eichenberg lui-même a toujours accepté toutes les formes de l'art, en tête desquelles il met la gravure. Dans son livre sur *The Art of the Print* (L'Art de la gravure), il érige un monument vivant aux graveurs et à l'énorme variété de leurs styles. C'est que la gravure est pour lui une manière fort accessible de transmettre l'art et son message. Encore mieux approprié lui semble l'album ou le livre illustré. Quoi d'étonnant alors que son œuvre soit aujourd'hui si populaire!

Lecteur et spectateur passionné de la vie, il se tient au courant de tout, au contact de jeunes artistes surtout, qu'il enrichit même lorsqu'il se borne à les écouter. Le feu sacré de la continuelle remise en question l'anime toujours, «allumé, dit-il, par Goya, Daumier, Grosz et Kollwitz, un feu proprement inextinguible». Il termine présentement une série de gravures pour sa propre version de la Danse macabre, un sujet chargé d'émotions pour lui qui perçoit clairement les menaces qui pèsent sur la paix et sur la justice sociale. Loin de tout cynisme, il se borne à exprimer de façon mordante des vérités insoutenables, des vérités d'ailleurs qui s'imposèrent déjà à l'époque où il dut quitter l'Allemagne. L'horreur plane au-dessus du monde contemporain; à l'artiste de l'identifier à travers ses divers déguisements. Fritz Eichenberg nous donne amplement matière à réflexion. C'est un puissant, mais clément guerrier de l'éternelle lutte pour faire triompher les valeurs humaines.



Le timbre-poste, conçu à l'origine comme moyen de paiement du transport de lettres, s'est vu attribuer au cours de son histoire de nombreuses tâches nouvelles. Très vite objet de collection doté de véritables cours en bourse aux timbres selon son degré de rareté, le timbre-poste s'est souvent substitué à la petite monnaie. Et on eut vite fait de découvrir son intérêt pour la propagande des Etats et la publicité du fait que l'on peut y faire figurer les portraits des grands hommes et des femmes célèbres, les découvreurs et inventeurs et leurs réalisations historiques, scientifiques et techniques.

Dans sa jeunesse, soit au 19^e siècle, le timbre-poste n'affichait que sa valeur ou les armoiries du souverain, ce qui reflétait fidèlement son caractère de papier-valeur. L'art de l'imprimerie, alors encore aux mains des artisans aux principes typographiques et esthétiques raissis, contribuait à établir le caractère classique du timbre-poste en des solutions graphiques irréprochables. Et puis, ce fut l'inflation des sujets à traiter, ce qui rapprocha le timbre du tableau au petit format. Les Etats souverains s'aperçurent du revenu substantiel que leur procurait la mise sur le marché de sujets toujours nouveaux, et se mirent à financer plus d'un projet de bienfaisance ou sportif au moyen de surtaxes, ce qui impliquait le renoncement à une figuration laconique, voire symbolique.

Formée en 1949, la République fédérale d'Allemagne chercha la voie du renouveau dans tous les domaines. C'est ainsi que le ministre des PTT

de l'époque institua, pour le conseiller lors de la publication des séries impressionnantes de timbres que la jeune république devait envisager, une commission d'experts auprès des PTT fédérales allemandes pour la conception esthétique des timbres-poste. Six éminents graphistes y sont majoritaires (l'un assume la présidence); à leurs côtés siègent des membres du parlement fédéral et le président de la fédération des philatélistes. C'est une commission d'experts en matière de programmes de publication philatéliques qui détermine les sujets à traiter et les soumet à la commission de conception esthétique pour qu'elle examine les possibilités de réalisation et recommande 5 à 10 artistes pour la création des timbres envisagés. Plusieurs projets sont sollicités pour chaque timbre, et la commission tranche en faveur de celui qui sera retenu et réalisé. Plus de 150 artistes ont ainsi eu l'occasion, ces dernières années, de participer à cet appel d'offres, et l'on constate un net rajeunissement des designers invités à participer. Les sujets sont à la fois nombreux et souvent difficiles à traiter, ce qui favorise un renouvellement constant des approches originales. L'Imprimerie fédérale dispose de tous les procédés d'impression imaginables, des rotatives typographiques à l'héliogravure en passant par l'offset, de sorte que les conceptions peuvent s'incarner dans des expériences d'impression originales. Les projets originaux reproduits ici relèvent ainsi de l'héliogravure (p. ex. la fig. 29) et d'une combinaison héliogravure/offset (p. ex. la fig. 7).

BEN SHAHN

[Fortsetzung von Seite 162] philosophisch viel zu sagen. Während man ihn wahrscheinlich einen Maler des Symbolismus nennen könnte, war er sich sehr bewusst, dass Symbolismus obskur und geziert wirken kann. Wenn Symbolismus annehmbar sein soll, muss er im Bild natürlich wirken und unmittelbar ansprechen. Warum also nicht direkt sagen, was man zu sagen hat? Dies tat er mit seiner Schrift.

Shahn malte seine Buchstaben stets; seit seiner Zeit als Lithograph hatte er Feder oder Griffel nicht mehr benutzt. Er malte die Buchstaben wie ein Bild, verwob sie mit dem gesamten Design. Ein schönes Beispiel dafür findet man in seinem Bild *Credo*, wo Martin Luther seine berühmte Deklaration an die Wand schlägt, die schliesst: «Kein Mensch kann meinem Gewissen befehlen». Dies war Shahns persönliches Kredo, vielleicht der Schlüssel zu seiner Nichtanpassung in Kunst und Politik.

Auf seinen vielen Reisen als Photograph für die Wiederansiedlungsbehörde der US-Regierung faszinierten ihn die Laienbeschriftungen, wie sie in Strassenplakaten, vor Restaurants, Lebensmittelläden und an vielen anderen Orten auftauchten. Er photographierte buchstäblich Hunderte davon, studierte sie und begann sie, zuerst belustigt, dann ernsthaft zu kopieren und sorgfältig alle Abweichungen von den

etablierten, möglicherweise zu strengen Richtlinien der Schrift zu untersuchen. Indem er bewusst alle diese Regeln verletzte, begann er ein eigenes Alphabet zu entwickeln. Er nannte es sein *Volksalphabet*. Als amüsantes Streiflicht sei vermerkt, dass dieses Alphabet bald überall auftauchte und von Leuten kopiert wurde, die vielleicht noch nie von Shahn gehört hatten, und schliesslich ironischerweise so seinen Weg zurück zu seinem Ursprung im Volke fand.

Seit jeher interessiert an chinesischer und japanischer Kalligraphie, beherrschte Shahn bei seinem Besuch in Hongkong 1960 schon eine ganze Anzahl dieser Schriftzeichen. Dort wurde er Zeuge der graziösen, fast tänzerischen Darbietung eines schildermalenden Kalligraphen. Er betrat den Laden und bat den Mann, den Namen Ben Shahn in kalligraphischer Form zu interpretieren. Der Schreiber brauchte drei volle Tage dazu. Endlich aber produzierte er das Ergebnis, eine auf orientalische Art aufgezogene Schriftrolle. Der Name *Shahn* war leicht (er bedeutet auf Chinesisch «Berg»), während *Ben* phonetisch interpretiert werden musste. Doch das Schriftzeichen gelang, Ben Shahn erlernte es und benutzte es oft als Signatur, wie sie auf Seite 160 dieses Heftes oben links zu sehen ist.

[Suite de la page 164] universitaires et artistiques en Amérique et en France; et il revint par la suite régulièrement à la lithographie quand il s'agissait de renflouer sa caisse.

Au terme de ses études, Shahn s'engagea dans une carrière de peintre fortement influencé par l'Ecole française. On ne retrouve pas de trace de

son talent de dessinateur de caractères dans sa première période de peintre, qui coïncide avec le milieu des années 1920. Puis, les caractères font leur apparition dans les sous-titres de dessins satiriques et d'aquarelles. En 1932, sa série de gouaches au petit format sur l'affaire Dreyfus fut agrémentée de titres dessinés dans le style de l'époque. Il se prit au jeu



**KUNSTSCHULE ALSTERDAMM
HAMBURG**

*The Art Professions School for Graphic Design
with more than 150 International Awards
Director Gerd F. Setzke, AIGA*

*Ferdinandstraße 17
2000 Hamburg 1
Germany (BRD)*

INDUSTRIAL DESIGN



RAYMOND LOEWY
Raymond Loewy
Industrie-Design
 250 Seiten, 700 Abbildungen
 Großformat, DM 98.-

Seit sechs Jahrzehnten steht sein Name synonym für Industrie-Design: Raymond Loewy. Es gibt kaum ein Produkt von Weltrang, das sein Image nicht ihm verdankte: die Lucky-Strike-Packung, Lokomotiven und Schiffe, Flugzeuge, Hubschrauber und selbst das Skylab-Programm, das Hupmobile von 1932, der Studebaker von 1945, der

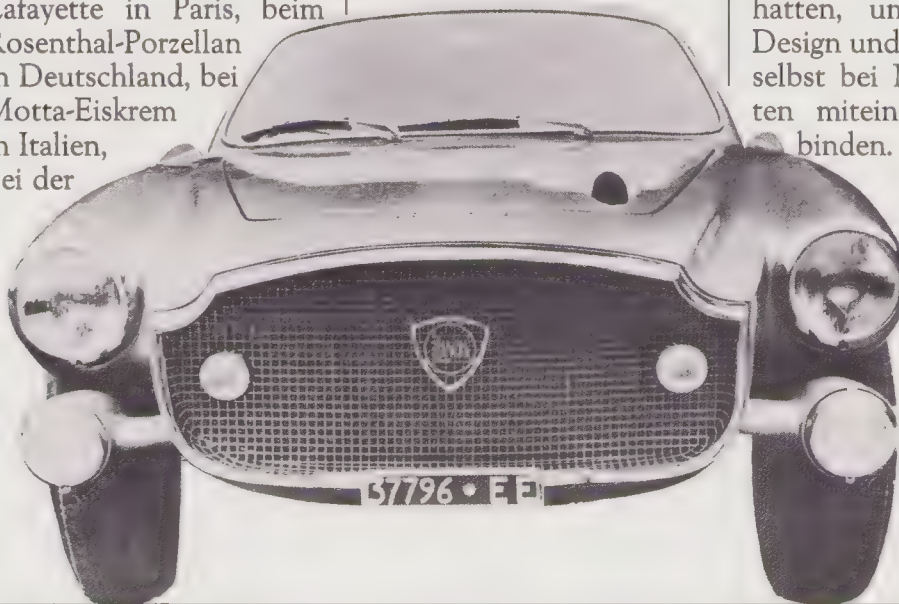
Die berühmtesten internationalen Designs von Raymond Loewy

Zum ersten Mal in einem Bildband

Avanti von 1961... Auch auf dem internationalen Markt begegnet man dem Loewy-Look: beim Guinness-Bier in England, bei den Kaufhäusern Au Printemps und Galeries Lafayette in Paris, beim Rosenthal-Porzellan in Deutschland, bei Motta-Eiskrem in Italien, bei der

Peace-Zigarette in Japan... Zum ersten Mal präsentiert Raymond Loewy in diesem Bildband seine weltberühmten Designs. Er stellte Fotos aus seinem Privatarchiv zur Verfügung, die

niemals zuvor veröffentlicht wurden. In den begleitenden Texten gibt er Auskunft über gestalterische und technische Probleme, die er und seine Kollegen zu bewältigen hatten, um ästhetisches Design und Funktionalität selbst bei Massenprodukten miteinander zu verbinden.



Ullstein
Ullstein
Ullstein

et réalisa qu'il tenait là une technique hautement efficace nullement en contradiction avec ses aspirations artistiques.

Il se mit alors à employer des textes calligraphiques pour tel détail mineur, une manchette de journal, une enseigne, une notice; tout en n'étant pas partie intégrante de ses tableaux, ces éléments calligraphiques en rehaussaient la tonalité. Durant les années de crise et plus tard, durant les années de guerre, il réalisa une série d'affiches pour le gouvernement, où les caractères professionnels obéissent aux critères traditionnels.

En 1954, il écrivit, illustra et pourvut d'un alphabet de son invention une légende hébraïque haute en couleurs, *l'Alphabet de la Création*, où les 22 lettres de l'alphabet hébreu se présentent devant Dieu et demandent chacune que le monde soit créé à travers elle. Pour cet ouvrage, intitulé en anglais *Alphabet of Creation*, Shahn, qui n'aimait pas les formes des lettres hébraïques modernes, retourna aux caractères araméens. Pour son titre, il combina l'alphabet entier en une seule composition qui revint par la suite dans son œuvre sous des formes toujours nouvelles.

La conception de livres était pour Shahn un véritable plaisir, auquel il s'adonnait avec un zèle jamais démenti. C'est ainsi qu'il réunit en volume un certain nombre de chants de Noël, les décora de lettres de son invention et d'autres motifs et les relia lui-même, dans l'édition originale, pour les distribuer à des amis en guise de cadeaux; la plupart furent publiés par la suite, plusieurs même par le Museum of Modern Art. Il utilisait souvent une citation de poète ou de prosateur qui l'avait impressionné, ainsi le «Pour l'amour d'un seul vers...» de Rainer Maria Rilke, pour en faire un volume, dans le cas de Rilke un album de lithos. Citons à cet égard le remarquable petit album de dessins de caractères intitulé *On the Dispute about Images* (De la dispute au sujet des images),

d'après une citation du philosophe grec Maximus de Tyr. Datant de la maturité de Shahn, cet ouvrage témoigne de la grande liberté de création qu'il revendiqua pour sa calligraphie.

A cette époque, il intégrait déjà des lettres dans ses tableaux en les manipulant, en les ajustant à l'espace et au style, en les groupant, en les étendant, selon ses besoins. De telles manipulations n'ont de succès que supportées par une réelle autorité, la marque du professionnel derrière toutes les torsions et recompositions. Cette autorité, ce professionnalisme, Shahn les possédait, contrairement à bien d'autres artistes.

Au nombre des peintures de Shahn intégrant des dessins de lettres, on trouve: *When the Morning Stars* (Quand l'Etoile du matin), où des lettres en feuille d'or sont entrelacées de nombreuses variations de jaune; *Second Allegory* (Deuxième Allégorie), *Maimonides* (Maimonide), *Italian Landscape 2* (Paysage italien no 2), *Epoch* (Epoque), etc., etc. Ses mosaïques murales comprennent de nombreux caractères exécutés dans le style byzantin traditionnel. Un grand nombre de sérigraphies et de lithos dues à Shahn sont réalisées sur la base de lettres intégrées à l'image, ainsi *All That Is Beautiful* (Tout ce qui est beauté), *I Think Continually of Those Who Were Truly Great* (Je pense continuellement à ceux qui furent vraiment grands), *Let Man Know* (Laissez l'Homme accéder à la connaissance), *Let Them Remember* (Laissez-les se souvenir).

C'est ainsi que les lettres en sont venues à jouer un rôle bien plus qu'épisodique, un rôle important dans l'œuvre de Shahn. Il avait beaucoup de choses à dire, en politique, en esthétique, parfois aussi en philosophie. Tout en étant ce qu'on est convenu d'appeler un peintre symboliste, il était pleinement conscient du danger de pratiquer un symbolisme secret et maniéré. Pour être acceptable, le symbolisme

Graphiker für die Entwicklung von Medienverbund-Programmen in der Medizin gesucht.

Offerten bitte in separatem Umschlag unter dem Kennwort «Graphiker für Medienverbund-Programme» an:

Graphis Verlag AG, Dufourstrasse 107, CH-8008 Zürich.

devait être infus dans une image d'un impact immédiat. Pourquoi ne pas dire juste ce que l'on avait à dire? C'est ce qu'il s'appliqua à faire au moyen de ses lettres.

Les lettres de Shahn sont toujours peintes. Il n'a plus repris ni plume ni style (poignon) depuis l'époque où il fut lithographe. Il peint ses lettres comme s'il s'agissait du tableau même, en les mêlant à la composition proprement dite. Sa technique ressort clairement d'une peinture appelée *Credo*, où un Luther présenté sous une forme très abstraite cloue au mur de l'église de Wittenberg ses célèbres thèses qui se terminent par la déclaration «Personne ne peut commander à ma conscience». C'était là le propre credo de Shahn, peut-être même la clef de son nonconformisme en matière d'art et de politique.

Durant ses pérégrinations pour la Resettlement Administration du gouvernement américain en qualité de photographe, il s'intéressa de près aux lettres dont les amateurs décoraient les panneaux indicateurs, les enseignes de restaurants, d'épiceries, etc. Il prit en photo des centaines de ces inscriptions, les étudia d'abord avec le sourire, puis avec sérieux, se mit à les recopier et à en examiner les divergences d'avec les modèles de lettrage établis, peut-être trop sévères. Violant délibérément toutes ces règles, il se mit à développer un alphabet populaire à la manière de Ben Shahn, qu'il appela *Folk Alphabet*. Ce qui est amusant dans l'histoire, c'est que cet alphabet simplifié se répandit rapidement et fut repris par des gens qui n'avaient peut-être jamais entendu parler de Shahn, pour finalement – et c'est là une ironie du sort – venir se fondre dans la tradition populaire.

Toujours fasciné par la calligraphie chinoise et japonaise, Shahn avait étudié un certain nombre de caractères extrême-orientaux avant de débarquer à Hongkong en 1960. Il observa sur place le travail plein de délicatesse d'un calligraphe dont les lettres naissaient à la manière d'un ballet. Il entra dans la boutique et demanda à l'artiste de lui interpréter le nom de Ben Shahn en calligraphie, ce qui prit trois jours entiers sur un rouleau traditionnel. *Shahn* avait été facile à transcrire (le mot signifie «montagne» en chinois); quant à *Ben*, il fallut l'interpréter phonétiquement. Une fois la signature prête, Shahn l'apprit par cœur et s'en servit par la suite souvent, comme le montre l'exemple de la page 160 en haut, à gauche.

SHO

L'ART JAPONAIS DE L'ÉCRITURE AUJOURD'HUI

[Suite de la page 172] ménage des blancs, crée sa propre poésie en toute liberté (fig. 6). Il serait faux d'y déceler une démarche naïve; elle est bien au contraire fort réfléchie et animée d'une tension palpable de recherche personnelle. Inoue, l'un des tout grands du *sho* japonais, a déjà sa place dans les collections du Musée national d'art moderne de Tokyo.

L'écriture syllabique japonaise est remise à l'honneur dans les œuvres

sho d'aujourd'hui. On écrit toujours ces fins caractères *kana* comme on les écrivait il y a un millénaire, et pourtant, les compositions paraissent tout à fait modernes en livrant à l'état brut les sentiments, l'état d'esprit de l'artiste lorsqu'il a par exemple recours à des grands traits véhéments. Il s'y ajoute la beauté exquise de la ligne telle qu'elle apparaît dans le poème de Keikin Hori (fig. 7), dont les lignes peuvent se terminer en mouchetures. La variété de l'art moderne de l'écriture *sho* est telle que nul ne saurait en rendre compte dans sa totalité; c'est bien aussi ce qui fait son charme pérenne.

BUCHER-CHRONIK

CHIFFRES - In. Von Roger Caillois und Shiryu Morita. Zanbo Press, Tokyo, 1979. Limitierte Ausgabe (1-15 mit Original) 450 000 Yen, sonst 280 000 Yen. – Japan ist – man sollte es ruhig einmal so ausdrücken dürfen – ein Königreich der Druckkunst und Buchgestaltung. Schon im 16. Jahrhundert bemühte sich eine Künstlergruppe unter Honami Koetsu um gutes Buch-Design, und in Kyoto befindet sich eine der besten Druckereien der Welt. Die Reproduktionen von Kunstwerken können hier so einmalig hergestellt werden, dass man glaubt, das Original vor sich zu haben. Dies ist auch der Fall bei einem Werk, das aus japanisch-französischer Zusammenarbeit entstanden ist, mit dem Titel *Chiffres* oder japanisch *In (shirushi)*. Es enthält Gedichte von Roger Caillois, dem französischen Essayisten, sowie acht Reproduktionen von Werken des – auch in Europa berühmten – japanischen Schreibmeisters Shiryu Morita im Originalformat. Für die Texte von Caillois, durch Yoshio Abe ins Japanische übersetzt, wurde von Kohei Sugiyama, einem der führenden japanischen Buch-Designer, eine ausserordentlich elegante, fast zu prächtige Typographie entworfen, und zwar in drei Variationen: Offset in drei Farben, einmal in Grün- und einmal in Regenbogentönen auf silbrigweissem Papier, sowie regenbogenfarbig auf Goldfolie mit Silber auf leicht goldfarbenem Papier. Das Ausdrucksvollste aber sind die Werkreproduktionen Moritas (siehe auch Seite 167), die unter Verwendung von mehreren Platten mit Tusche gedruckt wurden, nachdem zuvor alle Schwarzvariationen des Originals isoliert worden waren. Die Reproduktionen in Einzelmappen, der Textband und ein Leporelloband mit einem Essay von Yoshio Abe sind in einer kostbaren Kassette vereinigt und nur in 217 nummerierten Exemplaren aufgelegt – ein in der Tat bibliophiles Werk. I. Sch.

L'ŒUVRE GRAVÉ DE MICHEL TERRAPON (1950–1978) – *Werkkatalog der Druckgraphik von Michel Terrapon. Text von Sylvio Acatos, französisch und deutsch. 137 Seiten, zahlreiche Schwarzweissabbildungen. Erhältlich direkt beim Xylon-Verlag, Postfach 104, CH-2068 Hauterive, zum Preis von SFr. 100.– für die Normalausgabe (400 Exemplare, nummeriert von 101–500) oder SFr. 300.– für die Luxusausgabe (100 Exemplare, nummeriert von 001–100, mit einem nummerierten und signierten Holzstich des Künstlers).* – Der vorliegende Werkkatalog ist der erste Band einer Reihe, die dem Werk bekannter Graphiker gewidmet sein wird. Von den 192 kleinen Abbildungen im Werkverzeichnis, versehen mit detaillierten technischen Angaben, werden 46 ganzseitig im Hauptteil gezeigt, begleitet von einer Interpretation. Biographie und Ausstellungsverzeichnis geben Auskunft über den Werdegang des Künstlers. H. J.

DAS GROSSE VIGNETTENBUCH. 184 Seiten, Format 21 × 29,7 cm, mehrfarbig bedruckter Ganzpappband. Erhältlich bei der Th. Schäfer Druckerei GmbH, Tivolistrasse 4, D-3000 Hannover 1. DM 45.–. – Bei diesem Buch handelt es sich um einen Nachdruck des um die Jahrhundertwende von der Bauerschen Giesserei in Frankfurt und Barcelona herausgegebenen umfangreichen Verkaufskataloges für Druckstöcke. Es erschien erstmals kurz um 1898 und wurde mit Ergänzungen versehen 1903 und noch einmal nach dem ersten Weltkrieg nachgedruckt. Das heute schon seltene Buch ist ein wertvolles Nachschlagewerk und eine Fundgrube für zeitgenössische Vignetten und Rahmen. H. J.

WO DIE WELTGESCHICHTE SICH MANIFESTIERT. Mit einem Geleitwort von Dr. Ernst Schremer, Vorsitzender der Ostdeutschen Galerie in Regensburg, und einer Einführung von Dr. Rainer Hildebrandt. 78 Seiten, 71 Abbildungen, davon 24 in Farbe. In Deutsch und Englisch. Verlag Haus am Checkpoint Charlie, Berlin. DM 6,80. – In diesem Bildband werden 71 Entwürfe aus einem Wettbewerb zur Bemalung einer Hauswand am Checkpoint Charlie in Berlin gezeigt. Jede Abbildung ist von einer Kurzinformation über den Künstler begleitet, einige Entwürfe werden noch durch einen Kommentar ergänzt. Die Vielfältigkeit der Interpretationen zum Thema Berlin macht dieses Bändchen zu einem interessanten Zeitdokument. H. J.

THE POSTER ART OF A. M. CASSANDRE. Von Robert K. Brown und Susan Reinhold. 61 Farbabbildungen, einige Schwarzweissabbildungen in der Einleitung, 89 Seiten. 1979 bei E. P. Dutton, New York, in englischer Sprache erschienen. Paperback. US\$ 10.95. – Den Autoren, die eine Galerie für Plakatkunst in New York besitzen, ist es gelungen, von privaten Sammlern, Händlern und Museen 60 Plakate zusammenzutragen, die im vorliegenden Band alle farbig gezeigt werden. Trotz der leider nicht immer einwandfreien Farbwiedergaben vermittelt dieses Buch einen sorgfältig zusammengetragenen Überblick über Leben und Werk von A. M. Cassandre, der schon früh zu internationaler Anerkennung gelangte und als einer der Grössten auf dem Gebiet der Plakatkunst in den 20er und 30er Jahren gilt. Er verstand es, die Elemente, die er vor allem in den Bildern der

FACHHOCHSCHULE ROSENHEIM

Im Fachbereich Innenarchitektur ist ab sofort die Stelle eines Professors (BesGr. C 2) für die Lehrgebiete

Grundlagen der Gestaltung und visuelle Kommunikation

zu besetzen.

Einstellungsvoraussetzungen:
Abgeschlossenes Hochschulstudium in anderen als Fachhochschulstudiengängen; pädagogische Eignung; besondere Befähigung zu künstlerischer Arbeit; 5jährige berufliche Praxis nach Abschluss des Hochschulstudiums, davon mindestens 3 Jahre ausserhalb des Hochschulbereichs; zusätzliche künstlerische Leistungen während dieser beruflichen Praxis.

In das Beamtenverhältnis kann berufen werden, wer das 52. Lebensjahr noch nicht vollendet hat. Bewerbungen mit den üblichen Unterlagen (Lebenslauf, Zeugnisse, Nachweise über den beruflichen Werdegang und die künstlerischen Arbeiten) sind drei Wochen nach Erscheinen bei der Fachhochschule Rosenheim, Marienberger Strasse 26, 8200 Rosenheim, einzureichen.

Wir sind ein papierverarbeitendes Unternehmen in der Schweiz mit einem internationalen Sortiment und suchen zur freien Mitarbeit

Graphiker(-innen)

mit modischem illustrativem Flair.

Angebote mit einigen Arbeitsproben würden den ersten Kontakt ergeben. Sämtliche Zuschriften werden beantwortet.

Angaben unter Chiffre Y 03-990742 an: Publicitas, Kirschgartenhof, CH-4010 Basel.

damaligen Avantgarde-Künstler fand, aufzugreifen und für seine Zwecke kreativ weiterzuverarbeiten. Wie das Buch zeigt, entstanden Meisterwerke der Plakatkunst, die das Vakuum füllten, das zwischen den Plakaten der Avantgarde-Künstler, vornehmlich für kulturelle Zwecke, und den rein kommerziellen Plakaten bestand. Die Einführung des Buches ist in vier Kapitel gegliedert: A.M. Cassandre und die Entwicklung der Plakatkunst, sein Leben, sein Stil (ausführliche Besprechung eines grossen Teils der gezeigten Plakate) und eine Liste seiner Plakate, soweit bekannt. Der vorliegende Band ist nach dem 1948 bei Zollikofer, St. Gallen, erschienenen *A.M. Cassandre, Plakate* (leider vergriffen) das einzige Buch über diesen wichtigen Plakatkünstler, abgesehen von den Ausstellungskatalogen. Jedem, der sich für Plakatkunst interessiert, ist dieses Buch zu empfehlen, selbst wenn er den englischen Text nicht verstehen sollte.

H.J.

PACKUNGSDESIGN 80. 160 Seiten mit ca. 2000 zum grössten Teil farbigen Produktabbildungen. Broschiert, DM 65,80 bei Märkte und Medien Verlagsgesellschaft mbH., Hamburg. – Auf 42 Doppelseiten enthält dieser Band Porträts von Design-Spezialisten in der deutschsprachigen Packungs-Szene. Alle Bilder und die dazugehörigen Texte wurden von den Designern selbst ausgewählt; die Präsentationen sind daher von unterschiedlicher Aussagekraft. Die vertretenen Firmen sind vorn im Buch alphabetisch aufgeführt. Ein interessantes «Journal» enthält verschiedene Beiträge zur deutschen Packungs-Szene. Das Buch richtet sich vor allem an Hersteller von Markenartikeln und Werbeagenturen (für die der Band kostenlos ist).

H.J.

DE CHIRICO. Von Isabella Far. 216 Seiten mit 75 farbigen und 97 schwarzweissen Abbildungen. Format 26,3 x 31,7 cm. Leinen mit farbigem Schutzumschlag, im Leinenschuber. Schuler Verlagsgesellschaft, Herrsching. DM 98,-. – Der 1978 verstorbene Giorgio de Chirico gehört zu den umstrittensten Künstlerpersönlichkeiten unserer Zeit. Er, der als Wegbereiter des Surrealismus international berühmt wurde, sagte sich nach 1930 von allen avantgardistischen Experimenten los und wandte sich immer eindeutiger historischen Stilen und Techniken zu. Die Auswahl der Bilder in diesem Band, von der Frau des Künstlers, Isabella Far, besorgt und eingeleitet, gibt einen umfassenden Überblick über das Gesamtwerk des Malers. Es reicht von Beispielen surrealer und metaphysischer Imagination über den antiken Mythos, Stilleben und Landschaften bis zur klassischen Malerei.

H.J.

MAX ERNST – MAXIMILIANA. Text von Max Ernst in Deutsch, Englisch und Französisch. Idee und Gestaltung: Peter Schamoni. 88 Seiten, 92 Abbildungen, davon 32 farbig. Format 23 x 24 cm. F. Bruckmann Verlag, München. DM 39,-. – Maximiliana ist der Name, den Ernst Wilhelm Leberecht Tempel einem 1861 von ihm entdeckten Planeten gab, zu Ehren des Königs von Bayern, Maximilian II. Durch ein Gedicht kam Max Ernst auf die Spur dieses genialen aber verkannten Astronomen, Poeten und Lithographen. Er sah in Tempel einen Geistesverwandten und widmete ihm sein wohl schönstes graphisches Œuvre, die 1964 in einer Art Geheimschrift erschienene und nur aus 65 Exemplaren bestehende *Maximiliana*. In dem 1974, vier Jahre vor seinem Tod erschienenen Buch mit diesem Titel zeigt Max Ernst die Entstehungsgeschichte der *Maximiliana*. Authentische Texte und Gedichte des Künstlers verstärken den Zauber, der von seinen phantastischen, kosmischen Bildern ausgeht. Peter Schamoni, dessen Dokumentarfilme über seinen Freund Max Ernst international preisgekrönt wurden, gelingt es mit seinen eindrucksvollen Photos, einen sehr persönlichen Einblick in das Leben und Schaffen dieses Malers zu vermitteln.

H.J.

CHRONIQUE DES LIVRES

BALTHUS. Texte de Jean Leymarie. 1 vol. au format 36 x 34 cm de 168 pp. avec 50 reproductions en couleurs et 24 planches noir-blanc. Editions d'Art Albert Skira, Genève 1978. Excluserivité Flammarion. Diffusion Weber S.A. d'Editions, Genève. SFr. 98.-. – Prestigieux Balthus! En cette fin de décennie éprise de cheminements hermétiques, voilà que l'univers secret du comte Balthazar Klossowski de Rola est jeté à l'avant-scène du propos de l'art. Et Skira nous comble avec ce somptueux album au grand format carré dont la couverture seule (*Katia lisant*, de 1968/1976) nous plonge dans l'enchantement. L'éloquence de Jean Leymarie vibre à l'unisson d'une technique et d'une thématique où éclate «la très vieille volonté de création d'un monde autonome, pour la première fois réduite à elle seule», dont nous parle André Malraux. C'est bien la première fois que l'artiste, rare exemple de retenue, de pudeur et de discrétion, consent à laisser jeter en pâture au plus grand nombre ses adolescentes porteuses d'un rayonnement méta-érotique cosmifiant l'univers clos où leur liberté se prépare. Rilke l'a encouragé, Julien Green, Albert Camus et Aldous Huxley l'ont adulé, Giacometti a été son ami et condisciple cézannien. Il n'a pas son pareil pour rendre tactiles, froissables les étoffes, évoquer les paysages à travers un miroir invisible sans tain, créer sous les apparences de notre réel phénoménal une création peuplée de ses humains, de ses arbres, de son bestiaire. Qu'importe si, dans l'œil du contemporain ancré hic et nunc surgissent les concepts de malsain, malaise, mal moral et autres départs d'avec nos conceptions normatives. Qui dira un jour la cohérence de cet œuvre hiératique qui nous entraîne sur un chemin improbablement perpendiculaire à l'axe du vécu artistique socialisé. Federico Fellini y voyait à juste titre une image «initiatique, sacerdotale, celle d'un gardien d'un patrimoine symbolique où le temps a déposé les sédimentations de la culture de l'art». 48 peintures et 15 dessins que l'on se doit d'accueillir dans son musée imaginaire. Les reproductions couleurs sont remarquables grâce à Lith Art (Berne) et aux Imprimeries Réunies de Lausanne.

Robert-F. Klein

Change of address / Adressänderungen

Whenever you write us about your subscription, please include a GRAPHIS address label or state your address as it appears on GRAPHIS mailings.

If you are moving, please let us know at least six weeks before changing your address.

(Remember: GRAPHIS is published in Zurich/Switzerland and dispatched by ordinary mail from there; it takes four to six weeks to reach our overseas subscribers.)

Bitte legen Sie jeder Mitteilung über Ihr Abonnement eine GRAPHIS-Adressetikette bei, oder fügen Sie Ihre Adresse so auf, wie sie auf unserer Etikette erscheint.

Sollten Sie Ihre Adresse ändern, so bitten wir um rechtzeitige Mitteilung.

Name																				
Profession Beruf																				
Address Adresse																				

Date/Datum

Signature/Unterschrift

1 Order Form / Bestellschein

☐ Please enter a new subscription to GRAPHIS starting with issue No. _____ (Subscription rates are indicated in the right-hand column.)

☐ Ich möchte GRAPHIS gerne abonnieren und mit Nr. _____ beginnen.
(Die Abonnementspreise finden Sie nebenstehend.)

I would like to order / Bitte senden Sie mir

___copies/Ex. GRAPHIS POSTERS 80	SFr. 92.—	\$ 49.50	£ 25.—	DM 98.—
___copies/Ex. PHOTOGRAPHIS 79	SFr. 105.—	\$ 49.50	£ 27.—	DM 115.—
___copies/Ex. GRAPHIS ANNUAL 79/80	SFr. 105.—	\$ 49.50	£ 27.—	DM 115.—
___copies/Ex. PACKAGING, Vol. 3	SFr. 104.—	\$ 49.50	£ 27.—	DM 112.—
___copies/Ex. ARTIST & SCIENCE	SFr. 40.—	\$ 21.50	£ 10.—	DM 43.—
___copies/Ex. CHILDREN'S BOOKS 3	SFr. 40.—	\$ 21.50	£ 10.—	DM 43.—
___copies/Ex. CHILDREN'S BOOKS 4	SFr. 45.—	\$ 24.00	£ 12.—	DM 49.—
___copies/Ex. RECORD COVERS	SFr. 60.—	\$ 37.50	£ 16.—	DM 65.—
___copies/Ex. DIAGRAMS	SFr. 69.—	\$ 37.50	£ 18.—	DM 74.—
___copies/Ex. FILM & TV GRAPHICS 2	SFr. 69.—	\$ 37.50	£ 18.—	DM 74.—
___copies/Ex. ARCHIGRAPHIA	SFr. 74.—	\$ 39.50	£ 19.—	DM 79.—
___copies/Ex. DEVELOP. OF WRITING	SFr. 13.—	\$ 7.00	£ 3.—	DM 14.—
___copies/Ex. 58th ADA	SFr. 76.—	\$ 37.50	£ 16.—	DM 65.—
___PORTFOLIO(S) VOLUME 35	SFr. 16.50	\$ 9.50	£ 4.50	DM 17.50

* Please draw cheques in SFr. on a Swiss Bank / Schecks in SFr. bitte auf eine Schweizer Bank ziehen.

** \$-prices valid in USA only / \$-Preise nur in den USA gültig.

*** £-prices valid in Great Britain + Ireland only / £-Preise nur in England + Irland gültig.

- ☐ Cheque enclosed. ☐ Paid into your a/c at the Union Bank of Switzerland, Zurich.
☐ Send invoice. (Packing and postage are included in above prices.)
☐ Scheck beiliegend. ☐ Stellen Sie bitte Rechnung
☐ Betrag auf Ihr PC Zürich 80-23071 / Frankfurt/M. 300057-602 bezahlt.
☐ Betrag auf Ihr Konto bei der Schweiz. Bankgesellschaft Zürich überwiesen.
(Porto und Verpackung sind in obigen Preisen inbegriffen.)

Name																				
Profession Beruf																				
Address Adresse																				

Date/Datum

Signature/Unterschrift

Please send to / Bitte senden an

GRAPHIS PRESS CORP., Dufourstrasse 107, CH-8008 Zürich, Switzerland.

2 Order Form / Bestellschein PHOTOGRAPHIS 80

- ☐ Please send me ___ copy/copies of PHOTOGRAPHIS 80 at SFr. 105.— / Great Britain and Ireland £ 27.— (post paid).
☐ Bitte senden Sie mir ___ Exemplar(e) PHOTOGRAPHIS 80 zum Preis von SFr. 105.— / DM 115.— (Porto und Verpackung inbegriffen).
☐ Cheque enclosed (please draw SFr.-cheques on a Swiss Bank) ☐ Please bill me.
☐ Scheck liegt bei. ☐ Bitte stellen Sie Rechnung.
☐ Amount paid into your account at the Swiss Bank Corp., Zurich / London.
☐ Betrag auf Ihr PC Zürich 80-23071 / Frankfurt/M. 300057-602 vorausbezahlt.
☐ Please send me your folder on all GRAPHIS books.
☐ Bitte senden Sie mir Ihren neuen Gesamtprospekt.

Name																				
Profession Beruf																				
Address Adresse																				

Date/Datum

Signature/Unterschrift

Please send to / Bitte senden an

GRAPHIS PRESS CORP., Dufourstrasse 107, CH-8008 Zürich, Switzerland.

- The prices indicated below are valid only in the following countries: 6 numbers
■ Die untenstehenden Fremdwährungspreise gelten nur für die folgenden Länder: 6 Nummern
■ Les prix indiqués ci-dessous ne sont valables que pour les pays suivants: 6 numéros

USA: Graphis Press Corp., Post Office Box No. 3145,
New York N.Y. 10008. \$ 59.00

DEUTSCHLAND: Graphis Verlag AG, Zürich,
Postcheckkonto Frankfurt a.M. 3000 57-602 DM 118.—

FRANCE: Graphis Distribution, Milon-la-Chapelle, 78470 St-Rémy-lès-Chevreuse,
Tél.: 052 13 26, CCP: Paris 20918 56 M FF 318.—

GREAT BRITAIN and IRELAND: Swiss Bank Corporation (Graphis Account),
Swiss Centre, 1 New Coventry Street, London W. 1 £ 29.—

JAPAN: Tokodo Shoten Ltd., Nakauchi Bldg., 1-5 Nihonbashi Tori, Chuo-Ku,
Tokyo or 2-93 Kyonachibori, Nishiku, Osaka Yen 16000.—

SCHWEIZ: Graphis Verlag AG, Dufourstrasse 107, Zürich,
Postcheckkonto 80-23071 Sfr. 114.—

ALL OTHER COUNTRIES / ALLE ANDEREN LÄNDER / TOUT AUTRE PAYS:
Graphis Press Corp., Dufourstrasse 107, CH-8008 Zurich;
Bank: Swiss Bank Corporation, Zurich, London, New York
Postcheckkonto: Zürich 80-23071 - Transfers can be made from foreign
post offices / Überweisung von ausländischer Poststelle möglich / Transferts
postaux possible de l'étranger Sfr. 118.—

■ Single copies: \$ 12.00, or £ 6.—, or Swiss Frs. 24.—, or Yen 3200.—. Subscription fees include postage to any part of the world.
Extra charge for registered mail.

■ Einzelnummern: Sfr. 24.— (Schweiz Fr. 22.—), DM 24.—. Im Abonnementspreis ist das Porto inbegriffen. Einschreibgebühr extra.

■ Numéros séparés: Sfr. 24.— (en Suisse Frs. 22.—), FF 60.—.

ADVERTISEMENTS

B. & W. advertisements: 1/1 page \$ 1250.—/£ 560.—. Colour advertisements: Inside front and back cover page \$ 1750.—/£ 790.—, back cover \$ 1950.—/£ 870.—. Inside colour advertisements on request. Split runs: Full-page advertisements are accepted—subject to previous arrangement—for split runs either for Europe alone or for Overseas alone at half price + 10%. Inserts per 1000: 1-2 pages \$ 120.—/£ 53.—, 3-4 pages \$ 210.—/£ 93.—, 5-8 pages \$ 370.—/£ 164.—. Publication: bimonthly (mid February and April, early June, August, October and December). Closing dates: 6 weeks before publication.

For further information, please contact GRAPHIS, Advertising Dept., 107 Dufourstrasse, CH-8008 Zurich.

ANZEIGEN

Schwarz-weiß-Anzeigen: 1/1 Seite Fr. 2100.—/DM 2300.—. Farbanzeigen: 2. und 3. Umschlagseite Fr. 2950.—/DM 3250.—, 4. Umschlagseite Fr. 3250.—/DM 3600.—. Farbanzeigen im Innenteil auf Anfrage. Splitanzeigen: ganzseitige Anzeigen können nach Rücksprache entweder für die Europa- oder Überseeauflage zum halben Preis + 10% Zuschlag aufgegeben werden. Beilagen pro 1000 Ex.: 1- bis 2seitig Fr. 200.—/DM 220.—, 3- bis 4seitig Fr. 350.—/DM 385.—, 5- bis 8seitig Fr. 615.—/DM 675.—. Erscheinungsweise: 6mal jährlich (Mitte Februar und April, Anfang Juni August, Oktober und Dezember). Anzeigenschluss: 6 Wochen vor Erscheinen. Weitere Auskünfte erteilt Ihnen gerne die GRAPHIS-Anzeigenleitung, Dufourstrasse 107, CH-8008 Zürich.

ANNONCES

Annonces en noir-blanc: 1/1 page FS 2100.—. Annonces en 4 couleurs: 2e et 3e page de couverture FS 2950.—, 4e page de couverture FS 3250.—. D'autres placements sur demande. Tirage partiel: Ce n'est que sur accord préalable, que les annonces sur page entière peuvent être publiées exclusivement dans l'édition européenne ou dans l'édition d'Outre-Mer à mi-tarif + 10% de supplément. Encarts par 1000 ex.: 1-2 pages FS 200.—, 3-4 pages FS 350.—, 5-8 pages FS 615.—. Mode de parution: 6 fois par an (mi-février et mi-avril, début de juin, août, octobre et décembre). Clôture des annonces: 6 semaines avant la parution.

Pour des renseignements plus détaillés, veuillez vous adresser à GRAPHIS, département publicitaire, Dufourstrasse 107, CH-8008 Zurich.

GRAPHIS is published every two months by GRAPHIS PRESS CORP., 107 Dufourstrasse, CH-8008 Zurich. Phone: (01) 251 92 11. Cable address: graphispress. Editor, Art Director and Designer: Walter Herdeg. Assistant Editor: Stanley Mason. Business Manager: Gerhard Ruoss. Circulation Manager: Hetty Buijs. Secretary to the Editor: Annemarie Germann. Editorial Secretary: Ursula Kessler. Art Associates: Martin Byland, Willy Müller, Peter Wittwer.

Reproduction of text and illustrations requires the express permission of the publishers.

GRAPHIS is registered as an international trademark. Copyright under Universal Copyright Conv. © Copyright 1980 by Graphis Press Corp., Zurich, Switzerland.

Printed on: Biber art paper, super white, 120 gm²/Biber GS, blade-coated, calendered, 120 gm²/Biber GS mat, blade coated, calendered, 130 gm² from Papierfabrik Biberist, CH-4562 Biberist.

Gedruckt auf: Biber-Kunstdruck, ultra-weiss, 120 gm²/Biber-GS, bladegestrichen, satiniert, 120 gm²/Biber-GS mat, bladegestrichen, satiniert, 130 gm² der Papierfabrik Biberist, CH-4562 Biberist.

Imprimé sur: Biber Couché, ultra-blanc, 120 gm²/Biber GS, couché racle, satiné, 120 gm²/Biber GS mat, couché racle, satiné, 130 gm² de la Papeterie Biberist, CH-4562 Biberist.

Druck des Umschlags: J. E. Wolfensberger AG, CH-8059 Zürich.

Buchbinderarbeit: H. + J. Schumacher AG, CH-3007 Bern.

Glanzfoliierung des Umschlags: Durolit AG, CH-8808 Pfäffikon SZ



The Olympics of Photography

PHOTOGRAPHIS, the Olympic contest of photography, once more presents in this year's edition the best achievements of the camera in all parts of the world. Perhaps not all the shots are medal-winners, but all belong to an international élite. The rankings do not depend on electronic timing, but only on quality, creativity and the uniqueness of the result.

"PHOTOGRAPHIS continues the high standards of selection and reproduction that have been so notable in the preceding volumes. Presented are outstanding achievements from around the world." (*Print*)

"It is 'arresting and exciting' according to one critique, 'the definitive recap of what's been going on in the wonderful world of photography' according to yet another." (*Photo Weekly*)

"...one of the most valuable annuals due to the comprehensiveness of its coverage and the care with which it is reproduced." (*CA Magazine*)

Die Olympiade der Photographie

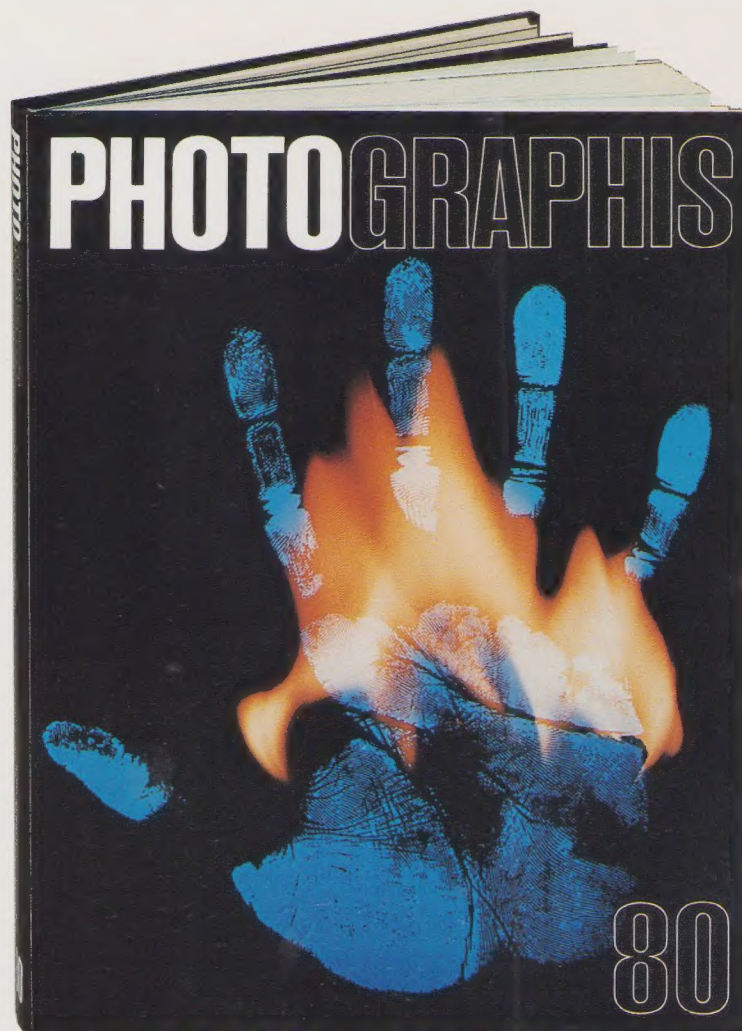
PHOTOGRAPHIS, die jährliche Olympiade der Photographie, stellt Bestleistungen vor, die 1979 rund um die Welt mit der Kamera geschaffen wurden. Nicht alle Aufnahmen wurden mit Medaillen ausgezeichnet, gehören aber doch zur Weltklasse. Kein Zeitmesser entschied hier über die Klassifikation, sondern allein Qualität, Kreativität und Einzigartigkeit der Arbeiten.

«Man ist sich bei jedem neuen Jahrgang bewusst, dass es eine Steigerung über den Superlativ hinaus nicht gibt.» (*Moderne Fototechnik*)

«Für jeden engagierten Photographen enthält das ambitionierte Jahrbuch eine Vielzahl von Anregungen und Informationen von höchster Qualität.» (*Photographie*)

«Eine ebenso lehrreiche wie imponierende Parade der Ideen.» (*Fotomagazin*)

«... dank seiner umfassenden Übersicht und der sorgfältigen Herstellung eines der wertvollsten Jahrbücher.» (*CA Magazine*)



PHOTOGRAPHIS 80

The 15th edition of the international annual of advertising and editorial photography contains 648 illustrations and is divided into 4 sectors: Advertisements – Booklets – Calendars – Editorial Photography.

Size 12×9½ in., 321 pages (92 in colour), detailed captions and indexes. Printed on finest art paper, bound in Balacron. Dust jacket by François Robert (USA), preface by Dr. Karl Steinorth (West Germany). All texts in English/German/French.

SFr. 105.—/£ 27.— (post-paid)

PHOTOGRAPHIS 80

Die 15. Ausgabe des internationalen Jahrbuchs über WerbephotoGRAPHIE und redaktionelle Photographie enthält 648 Illustrationen und ist in 4 Sektoren eingeteilt: Inserate – Prospekte – Kalender – Redaktionelle Photographie.

Format 23,5×30 cm, 321 Seiten (92 farbig), ausführliche Bildlegenden und Indexe. Auf feinstem Kunstdruckpapier, in Balacron gebunden. Schutzumschlag François Robert (USA), Vorwort Dr. Karl Steinorth (BRD). Alle Texte deutsch/englisch/französisch.

SFr. 105.—/DM 115,— (inkl. Porto)

Do you know all the other GRAPHIS books?

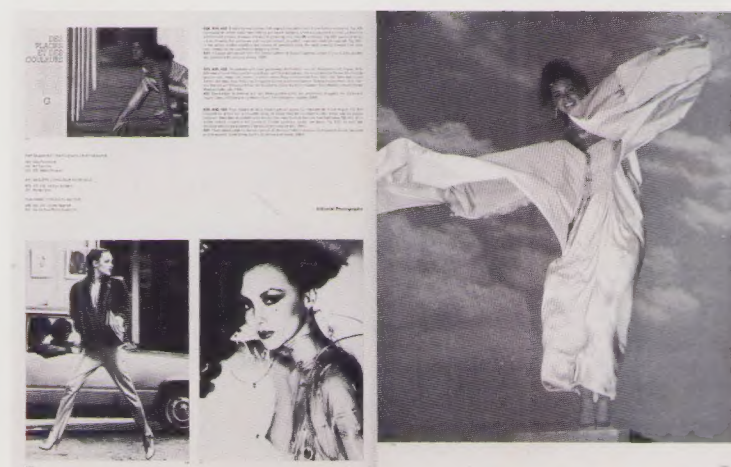
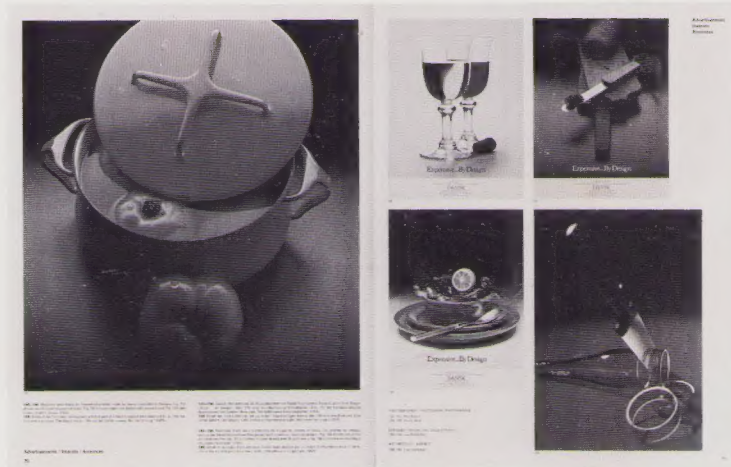
We would be glad to forward our new general folder on request.

Please use the order form ② on the opposite page.

Kennen Sie die weiteren GRAPHIS-Bücher?

Auf Wunsch senden wir Ihnen unseren neuen Gesamtprospekt.

Bitte benützen Sie den Bestellschein ② auf der gegenüberliegenden Seite.



Hören, Sehen, Verstehen – Sprechen, Schreiben, Lesen – Verständigung, Information,
Bildung, Wissen, Kunst.

Elementare Tätigkeiten und Bedürfnisse beim heranwachsenden Menschen, in der Entwicklung von Gemein-
schaften und Völkern. Für die einen selbstverständlich, bleiben diese Geisteswerte immer noch grossen
Teilen der Menschheit vorenthalten.

Papier als Schrift- und Informationsträger fördert seit Jahrtausenden die geistige und kulturelle Entfaltung
der Völker.



Papierverbrauch pro Kopf der Bevölkerung im Jahr
(1 Kugel = ca. 25 kg)

Bruttosozialprodukt pro Kopf der Bevölkerung im Jahr
(1 Kugel = ca. 850 \$)

Der Papierverbrauch pro Kopf sagt viel über den Entwicklungsstand der Menschheit, der Kontinente und
Völkergemeinschaften aus. Der statistische Vergleich mit dem Bruttosozialprodukt zeigt, dass der Papierver-
brauch weitgehend auch ein Mass für den materiellen Wohlstand darstellt.

Papierfabrik Biberist (Schweiz)